

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU

MEDIÁLNÍ OBRAZ ŠKOLNÍ TĚLESNÉ VÝCHOVY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí práce:

Doc. PaedDr. Ludmila Fialová, PhD.

Zpracoval:

Martin Nosek

PRAHA, ZÁŘÍ 2006

Název:

Mediaální obraz školní tělesné výchovy

Media Image of the Physical Education

Cíle práce:

Analýza a utřídění informací z oblasti školství a školní tělesné výchovy, které nabízí odborná tištěná média. Určení působnosti těchto informací u cílových učitelů TV.

Metody:

Informace z odborného tisku byly utříděny pomocí obsahové analýzy. Četnost jednotlivých článků byla zaznamenána do předem určených tématických celků. K analýze příjemců byl použit nestandardizovaný dotazník, distribuovaný do ZŠ a SŠ v ČR.

Výsledky:

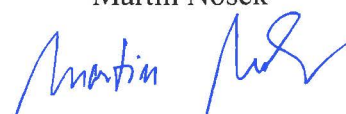
Přinesly analýzu informací z vybraných tištěných médií. Zmapovaly nabídku témat a jejich využití učiteli TV. Ta není tak využívána, jak by bylo možné. Mezi nejvíce chybějící informace řadí učitelé témata z oblasti sportovních her. Zkvalitněním spolupráce se současnými médii a nabídkou nových, zejména elektronických médií, dojde k rozšíření a prohloubení vědomostí učitelů a následně ke zkvalitnění výchovně vzdělávacího procesu.

Klíčová slova: tištěná média, komunikace, školní tělesná výchova, učitel tělesné výchovy

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

Dne 2.9.2006

Martin Nosek

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Martin Nosek', with a stylized flourish at the end.

Rád bych poděkoval Doc. PaedDr. Ludmile Fialové PhD. za její čas, připomínky, informace a cenné rady, které mi pomohli při psaní této diplomové práce.

OBSAH:

1. ÚVOD	1
2. TEORETICKÁ ČÁST	3
2.1 Média	3
2.2 Komunikace	3
2.3 Účinek médií	8
2.4 Masová komunikace	10
2.5 Publikum médií	11
2.5.1 Typy publika	12
2.5.2 Ovlivňování publika	13
2.5.3 Aktivita publika	13
2.6 Klasifikace médií	14
2.7 Tištěná média	16
2.7.1 Tisk	17
2.7.2 Současný stav tisku	17
2.7.3 Noviny	19
2.7.4 Časopisy	19
2.7.5 Knihy	20
2.8 Potřeba pohybu	20
2.9 Současné pojetí školní tělesné výchovy	21
2.9.1 Výchova ke zdraví	22
2.9.2 Tělesná výchova	22
2.10 Prvky vzdělávacího procesu	23
2.10.1 Činnost pedagoga	24
2.11 Další vzdělávání pedagogů	25
2.11.1 Cíle a úkoly	26
2.11.2 Modely DVU	28
2.11.3 Institucionalizace	29
3. METODOLOGIE	33
3.1 Cíle a úkoly	33
3.2 Otázky a předpoklady	33
3.3 Metody	34
3.3.1 Obsahová analýza	34

3.3.2	Analýza příjemců.....	35
3.4	Charakteristika sledovaného souboru.....	36
3.5	Charakteristika zkoumaných médií	37
3.5.1	Mladá fronta Dnes	37
3.5.2	Moderní vyučování.....	38
3.5.3	Česká kinantropologie	38
3.5.4	Tělesná výchova a sport mládeže	39
4.	VÝSLEDKOVÁ ČÁST	41
4.1	Interpretace a výsledky obsahové analýzy médií	41
4.1.1	OA Mladé fronty Dnes	41
4.1.2	OA Moderního vyučování	43
4.1.3	OA České kinantropologie	46
4.1.4	OA Tělesné výchovy a sportu mládeže	48
4.2	Interpretace a výsledky dotazníkového šetření.....	52
4.2.1	Učitelé TV zúčastnění výzkumu.....	53
4.2.2	Média a jejich možnosti rozšiřovat obzory.....	54
4.2.3	Odborné časopisy, jejich obsah a chybějící témata	56
4.2.4	Sebevzdělávání pedagogů.....	60
4.2.5	Náměty na pomoc praxi.....	61
5.	DISKUSE.....	67
6.	ZÁVĚR	72
	Použitá literatura.....	73
	Přílohy	75

1. ÚVOD

Dnešní svět je charakterizován neustálým tokem informací. Myslím, že mohu bez problémů označit poslední léta za dobu, kdy informace silně ovlivňují veškerou naši činnost. Setkáváme se s nimi na každém kroku, za každým rohem, ačkoli si to neuvědomujeme.

Většina informací se k nám dostává zprostředkovaně, pomocí médií. Média jsou v dnešním světě jednou z hlavních sil názorového ovlivňování. Jak jsme se mohli již mnohokrát v minulosti přesvědčit, mají média neobvyklou sílu ovlivňovat spoustu lidí. Mnohdy dokáží lidi zmanipulovat, vytvářet a měnit jejich názory, jednání a měnit spoustu dalších vlastností.

Jedním z nejvlivnějších médií, dlouholetou praxí prověřených a i přes pokročilou techniku, jsou a zřejmě stále budou, média tištěná. V dnešním světě by bylo hodně těžké zjistit, jaká tištěná média existují. Jejich rozšíření je celosvětové a díky světovému stavu gramotnosti je i jejich obsah přístupný pro velkou část populace.

V této práci nás budou zajímat právě tištěná média. Z těchto médií to budou některé druhy a to denní tisk (Mladá Fronta Dnes), který informuje o každodenních událostech, politické situaci. Velmi často mají právě deníky ve stanovené dny také periodicky vycházející přílohy, zabývající se určitými tématy. A především tyto tiskoviny s oněmi přílohami se uplatňují při vytváření vlastních názorů na všeobecné problémy nebo orientaci v daných problémech.

Dále pak vycházejí odborné tiskoviny (časopisy, týdeníky), které informují, poskytují rady, ale také vytvářejí názory na obor, jenž je nám blízký a kterému rozumíme. Tyto tiskoviny jsou většinou adresovány ne již široké veřejnosti, ale spíše skupině lidí pohybující se v daném oboru. K našemu účelu poslouží oba již zmíněné typy tiskovin. Jak deník tak i odborné tiskoviny budou naším hlavním materiálem. V deníku to bude především četnost a obsah článků, zabývajících se tématem školství. V týdenících nebo spíše v odborném tisku pak odbornost témat, jejich užití v praxi, četnost.

Okruh odborných tiskovin je z oblasti tělovýchovy. Zajímat nás bude tisk určený pro vzdělávací instituce, především pak pro učitele tělesné výchovy, trenéry mládežnických kategorií. Z vlastní zkušenosti a již proběhnutých praxí vím, že naplňovat hodiny nápaditými cvičeními, hrami apod. a udržet tak žáky aktivní či zabavit je, bývá těžké a knížky, věnující se této problematice nevycházejí pravidelně a v dostatečném množství. Alespoň zčásti by je měly nahradit právě odborné časopisy. Proto nás bude zajímat, zda je tomu tak a pokud ne, co by se dalo zlepšit, zkvalitnit a jak by bylo možné rozšířit nabyté zkušenosti pedagogů.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 MÉDIA

Existuje nepřeberné množství definic pro slova média, médium. Podívejme se na definici podle všeobecné encyklopedie Universum, Praha 2001 : „Medium/lat. Medius – střední (přeneseně) prostředník, zprostředkující činitel, vše, co umožňuje komunikace, vše, co slouží jako prostředek k uchování a přenosu sdělení v prostoru a čase.“

Ale abychom měli představu i o jiných definicích, uvádíme ještě vědeckou definici dle (Wiegerling, Klaus 1998). „Média jsou zprostředkovatelské instance. Ke zprostředkování potřebují nejen veřejnost, místo pro prezentaci sdělení a transportní kapacitu, ale také obsah. To co média transportují, jsou sdělení vztahující se k nějakému předmětu či události.“

A nakonec, nám zřejmě nejbližší definice společenská podle (Saxer, Ulrich 1997) . „Média jsou nejen komunikační kanály schopné transportovat různé systémy znaků, ale také „účelné sociální systémy“. Tyto systémy mají vliv na všechny „vrstvy společenského bytí“. Jsou to institucionalizovaná zařízení hrající úlohu v systému uspořádání společnosti.“

Z uvedených definic jsme tedy zjistili, že vymezit přesně význam slova medium není jednoduché. Pro nás bude určující hlavně definice společenská a další definice z oborů zkoumajících mezilidskou komunikaci a komunikaci vůbec. Zde nahlížíme na médium jako na něco, co zprostředkovává někomu nějaké informace, sdělení. Je tedy médiem komunikačním.

2.2 KOMUNIKACE

Pokud nám medium nabízí nějaké informace, je to různou formou, ale především je to nějakým komunikačním kanálem. Jedním z nezpochybnitelných úkolů médií je zprostředkování komunikace. Jak tedy probíhá komunikace mezi médii, lidmi a jaké známe komunikační kanály, si popíšeme blíže v této kapitole.

Opět zavítáme do definic a to slova komunikace. Zaujala nás definice Burkartova (1995, s.20) : “Komunikace umožňuje fakt, že živé bytosti jsou ve vzájemném vztahu, dokáží se dorozumět, jsou schopny vyjádřit své pocity a vnitřní stavy a sdělit jiným bytostem informace a přinutit je k určitému jednání.“ Jak s touto definicí souvisejí média, to se dozvíme dále.

Burkart (1995) také uvádí 6 znaků, které charakterizují podstatu komunikace a které bychom rádi nastínili.

1. ***Komunikace je sociální vliv*** – je výrazem sociálního chování, a proto se týká jediné živých bytostí. Za sociální pokládáme způsoby chování živých bytostí tehdy, jestliže se vztahují k sobě navzájem, jestliže k sobě směřují s cílem vzájemného ovlivnění.
2. ***Cílem komunikace je sdělení*** – komunikace je intencionální (záměrná), nikdy nemůže být samoučelná. Hlavní záměrem komunikace je sdělení. Ten, kdo komunikuje, chce něco sdělit. Chce sdílet určité informace. Za potřebou učinit sdělení se skrývá potřeba dorozumění. Komunikátor si chce se svým komunikačním partnerem rozumět. To se podaří tehdy, když oba zprostředkované informace sdílejí.
3. ***Komunikace slouží prosazení zájmů*** – kromě sdělení s cílem porozumění se objevuje v komunikaci další aspekt a to prosazení určitého zájmu. Komunikace ve smyslu sociálního jednání má tedy vždy 2 aspekty : *sdělení s cílem dorozumění X zájem s cílem jeho prosazení*
4. ***Komunikace je interakce*** – abychom započali komunikaci, je nezbytné, aby oba komunikační partneři vstoupili do vztahu vzájemné výměny. Komunikace je dvoustranný proces.
5. ***Komunikace potřebuje vždy médium*** – jakákoliv komunikace vyžaduje instanci, médium, přes něž probíhá výměna informací mezi partnery, přímou osobní komunikaci nevyjímaje. Média jsou transportní prostředky pro informace, které mají být sděleny. Nezprostředkovaná komunikace neexistuje.

6. ***Komunikace se uskutečňuje v symbolech*** – Lidskou komunikaci musíme chápat jako interakční děj. Pro dorozumění musí oba partneři disponovat společnou zásobou znaků, která je oběma srozumitelná. Znak, který reprezentuje nějaký předmět, stav nebo děj, nazýváme symbol. Symbol vykonává zastupující funkci, zastupuje předmět, k němuž se vztahuje. Symboly tak vyvolávají v procesu komunikace představy a myšlenky, které by jinak mohl vyvolat jen předmět sám.

Jak lze tedy vyčíst z uvedených znaků, média jsou v komunikaci zastoupena jako zprostředkovatelská instance komunikačního procesu. Pojďme se opět podrobněji podívat, jak takový proces probíhá.

Komunikační proces:

Komunikační proces je situace, při které dochází k přenosu určitého sdělení. K jeho jednoduchému vysvětlení můžeme následně použít teorii, kterou prezentoval Laswell (1948) a je třeba ji chápat spíše jako metodickou pomůcku.

1. Komunikátor (kdo?)
2. Výpověď (co?)
3. Médium (jakým kanálem?)
4. Recipient (komu?)
5. Účinek (s jakým účinkem?)

Tabulka č.1: Laswelova posloupnost (Laswel, 1948)

<i>Komunikátor</i>	<i>Výpověď</i>	<i>Médium</i>	<i>Recipient</i>	<i>Účinek</i>
Odborní autoři	Know How o médiích	Učebnice	Student	Vzdělání
Reportér	Zpravodajství z oblasti školství	Mladá Fronta Dnes	Čtenář	Informace

Komunikátor: Je osoba, která chce jiné osobě, popřípadě více jiným osobám sdělit nějakou informaci. Tato sdělení produkuje sám (např. telefonní rozhovor) nebo si je nechá vyprodukovat (např. redaktor zadá úkol reportérovi). Vysílač, zdroj, producent a mnoho dalších jsou platnými synonymy komunikátora a mají stejnou funkci. Komunikátorem může být kdokoli. V našem případě by se jednalo např. o učitele, metodika, ale i o tým komunikátorů, který pomohl ke vzniku sdělení.

Výpověď : Tím rozumíme sdělení, které vydává komunikátor.

- Osobní sdělení (rozhovor, mimika)
- Umělecká představení
- Zprávy přes telekomunikace (telefon, e-mail, internet)
- Příspěvky v novinách, časopisech
- Rozhlasové vysílání
- Televizní vysílání
- Reklamní zprávy

O tom, jak výpověď zapůsobí, respektive jaký bude mít účinek, rozhoduje především obsah a dále také to, jak se prezentuje (forma, ztvárnění).

Obsah výpovědi : Zabývá se jí obsahová analýza, která je součástí této diplomové práce a zmiňujeme se o ní dále.

V dnešním světě se jedná především o tyto v médiích prezentované oblasti (Shelmann) :

- ❖ Infotainment – směs zábavy a informací, talk show, zpravodajství
- ❖ Edutainment – směs výchovy, zábavy, dokumenty, vzdělávací programy
- ❖ Advertainment – směs zábavy a reklamy

Forma výpovědi : Ukládá nemalý význam pro účinnost výpovědi. Podle toho, jak jsou výpovědi utvářeny, mohou nabývat velmi rozmanitých forem, které zase podléhají rozdílným zákonům účinnosti.

Formy výpovědi závisí na tvůrčích prostředcích, které má komunikátor k dispozici.

Médium: V zásadě má komunikátor k dispozici tyto prostředky :

Mediální prostředky – mezi ně patří text, statický reálný obraz, audio, apod. Podle počtu užitých mediálních prvků rozlišujeme následně monomediální, bimedialní, multimediální výpovědi

Vyjadřovací prostředky – v televizi je to barva, perspektiva kamery, pohyb kamery, apod.

Čas – velkou roli hraje časový sled, v jakém je výpověď realizována

Recipient : Je ten, komu je určeno konkrétní sdělení, produkované komunikátorem. Jiné výrazy jsou adresát, konzument, komunikant, příjemce. Je-li naráz osloveno více recipientů, jak je tomu v masové komunikaci, pak jde o publikum.

Pro komunikátora je důležité vědět, jakého založení je recipient, s kterým chce navázat spojení. Nejjasnějším příkladem je reklama, kdy je velmi důležité určit cílovou skupinu a následně účelně koncipovat reklamní kampaň.

Cílové skupiny můžeme rozlišovat podle různých kritérií (Schellmann 2004) :

Demografické znaky : stáří, pohlaví, rodinný vztah

Geografické znaky : bydliště

Socioekonomické znaky : velikost domácnosti, příjmy, kupní síla, vzdělání, zaměstnání, majetkové poměry

Psychografické znaky : osobnostní rysy, znalosti zájmy, motivace, názory, životní styl, vnímání, představy

Znaky chování : objem nákupů, četnost, způsob využití, volba nákupního místa, využívání médií

2.3 ÚČINEK MÉDIÍ

Účinek, vliv nebo také působení obsahu výpovědi nebo i samotného média na recipienta popřípadě publikum je velmi podstatnou složkou, neboť mnohdy určuje trvalost a životnost samotného média. Pro komunikátora, ať je jím vydavatelství nebo jen jeden člověk, je nezbytná určitá zpětná vazba na jím publikované sdělení. Komunikátor má jasnou představu toho, čeho konkrétně chce svým sdělením dosáhnout. Zda se mu to podaří, záleží jen a pouze na příjemci. Musíme podotknout, že právě příjemce má určitou interpretační volnost, kdy není určen předem způsob, jak se sdělením naloží. Vše záleží na jeho očekávání, zkušenostech, momentálním rozpoložením a dalších mnoha jiných vlivech.

Nemálo působí média i na náš fyzický a duševní stav. Výpovědi nejčastěji formují, posilují či kultivují postoje a názory, ovlivňují politickou orientaci atd. Bylo prokázáno, že dlouhodobé působení reklamního sdělení o zdravé výživě, přivedlo určité typy recipientů ke změně stravovacího návyku. Citová oblast bývá také často zasažena účinkem některých výpovědí. Ať to jsou smutek, nostalgie nebo zuřivost, strach. Z fyzického působení je obстоjným příkladem napínavý horor – zrychlení tepu, zúžení očních panenek, atd. Často se polemizuje nad tím, jak intenzivně ovlivňují sdělení chování publika. Stálé působení reklamních spotů může vést ke změně oblíbené značky. Trefné citace z filmů se stávají aktuálním tématem celé společnosti a jistě tak ovlivňují její chování. Účinek výpovědí může mít spontánní podobu v podobě dopisů čtenářů, nebo reakce občanů. Druhou podobou je odezva ve formě prodaných výtisků, sledovanosti, uplatňující se při masové komunikaci.

Metody zkoumání médií:

Obsahová analýza:

Jednou z nejvýznamnějších metod zkoumání médií a jejich mediovaných obsahů je obsahová a obrazová analýza.

Základním principem této metody je vymezení nějakého sledovaného znaku, nějakého typu mediovaného sdělení (v našem případě články související se školstvím a tělesnou výchovou). Dále je třeba pojmenovat jeho jednotlivé složky. Následuje počítání zastoupení těchto složek ve vzorku. Stejnou metodou se dá měřit i četnost zastoupení určité struktury (organizace) média nebo počet obrazových složek.

Předchozí popis byl trochu zjednodušený. Obsahová analýza je velmi komplikovaná metoda výzkumu, na němž se většinou podílí celý výzkumný tým. Pro naši analýzu relativně malého vzorku postačí práce jednotlivce. Ovšem k podrobnějšímu rozboru námi sledovaných médií by bylo zapotřebí delšího času a více výzkumníků.

Bezpochyby platí, že se jedná o velmi spolehlivou metodu, která dovoluje celkem přesně popsat zkoumaný materiál. Často při obsahové analýze vyvstávají další výzkumné otázky spojené s tématem.

Výsledkem obsahové analýzy pak bývá výstup, který měřitelně zachytí jednotlivé zastoupení určitých znaků, chování médií.

Analýza příjemců:

Zvláštní oblast při zkoumání médií představuje zkoumání jejich příjemců, tedy publika. Jelikož se jedná o velmi různorodé skupiny, vnitřně členěné, které povětšinou spojuje jen jedno médium, jsou metody zkoumání příjemců, jejich postojů a zvyků velmi složité. V zásadě existují dva základní principy zkoumání publika. Jsou to různé formy dotazování (dotazník, hloubkový rozhovor, skupinový rozhovor) nebo pozorování.

Hodnota výsledků dotazníkového šetření vyplývá jak z počtu dotazovaných, tak také z toho, jak přesně je vymezeno sledované publikum. Tato metoda odkrývá zvyklosti, názory, požadavky sledovaného publika, rozšíření sledovaného média, atd. Jedná se o metodu kvantitativní, jelikož odkrývá četnosti výskytu určitých odpovědí. Výsledky dotazníkového šetření se zpracovávají do grafů, tabulek, které slouží k porovnání četnosti určitých odpovědí.

V našem případě jsme použili dotazníkové šetření. Publikem jsme rozuměli úzce specifikovanou skupinu, učitele tělesné výchovy.

Náš dotazník obsahuje 4 otázky otevřené, zbytek je sestaven z otázek uzavřených. Otázky začínají základními informacemi o dotazovaném a postupně přecházejí na otázky týkající se vztahu dotazovaného ke zkoumaným médiím a vlivu těchto médií. Otevřené otázky jsou typem volné odpovědi.

2.4 MASOVÁ KOMUNIKACE

Protože se tato diplomová práce bude zabývat zkoumáním mimo jiné i periodického tisku, je potřeba podívat se blíže na specifika masové komunikace. Ta se v mnoha ohledech shodují, nicméně najdeme důležité odlišnosti. Každodenní komunikace, byť je zprostředkována přes telefon, SMS atd., je pevně situačně zakotvená, umožňuje dialog a je průběžně kontrolována, nabízí tedy zpětnou vazbu. Při komunikaci masových médií vznikají sociální vazby zcela odlišné povahy.

Jednou z hlavních je cílový recipient, přenášeného sdělení. Tímto recipientem je poněkud neobratně použité slovo masa. Masou lidí je označována skupina lidí, ve které se ztrácí osobnost jednotlivce. Je zřejmé, proč jsme označili použité slovo jako nevhodné. V tomto případě se jedná spíše o neurčitě diferencované mnohačetné publikum, které přijímá sdělení od různých komunikátorů, většinou následně nemění své chování a rozhodně se neztrácí osobnost jednotlivce. Pouze v podskupinách (věkové, pohlaví, společenské vrstvy) lze vyčíst podobné chování ve vztahu k informacím z médií.

Podstatným rozdílem oproti komunikaci interpersonální je použitá technika. Médium, jež nese výpověď, je označováno jako zaznamenatele či dostupné v průběhu času. Naproti tomu výpovědi při interpersonální komunikaci jsou pomíjivé, efemérní. Článek nebo recept si můžeme uchovat. Tato komunikace má tedy trvání v čase a stává se tak „zprostředkovanou historií“ (Thompson 1995).

Další důležitou odlišností je působení a zpětná vazba. Komunikátor působí na velkou část recipientů, ale tato komunikace je víceméně jednosměrná a má veřejný charakter. Komunikátor nemá s účastníky komunikace bezprostřední kontakt a není schopen zaznamenat jejich aktuální reakce. Komunikátor dostává reakci na nabídnuté sdělení opožděně, to se projevuje se např. ve formě sledovanosti, počtu prodaných výtisků. Jedná se o opožděnou institucionalizovanou zpětnou vazbu.

Na první pohled je tedy zřejmé, že komunikační proces není až tak jednoduchý, ale má celkem pevně daná pravidla, o kterých jsme se zmínili a stručně je charakterizovali.

2.5 PUBLIKUM MÉDIÍ

Každý z nás je členem určité sociální skupiny, ve které hrajeme, plníme určité sociální role. Stejně tak jsme příslušníky mnoha publik různorodých médií. Ráno si přečteme noviny, poslechneme rozhlas, večer sledujeme televizi, přes den si přečteme nějaký odborný časopis, knihu a v dnešní době si najde určité místo u mnoha lidí také internet.

Ke vzniku takových publik začalo samozřejmě docházet s rozvojem médií. S tím, jak se lidé začali stěhovat početně do měst, vznikla i potřeba informovanosti. Všichni víme, že informovanost je přece jen propracovanější na vesnici, v úzkém kruhu lidí každodenně přicházejících do styku, než ve městě plném cizích kultur a lidí. Vzniklou potřebu dokázala nasytit masová média. Masové publikum se tedy vyvíjelo společně s vývojem médií.

Vyvstává otázka, proč si dáváme záležet na dekodování určitých výpovědí, sdělení, za jakým účelem vytváříme masové publikum? Odpověď lze nalézt v již zmiňovaných potřebách, které média ukojí. Jsou jimi hlavně (Burton, Jiráček, 1997):

- Potřeby informací (praktické výhody, zvědavost)
- Potřeba udržet si pocit vlastní totožnosti
- Potřeba společenské interakce (společné sledování sportovních přenosů)
- Potřeba nechat se bavit a uniknout z reálného světa
- Strukturování a konzumace volného času (Pravidelné zařazování pořadů ve stále stejném čase znamená, že si tito lidé zařadí pořad do svého „časového pořadu“ (Longhurst 1998).

2.5.1 TYPY PUBLIKA

Publikum není stabilní množinou jedinců, je to souhrn recipientů, kteří jsou vázáni společným komunikátorem a konkrétním mediovaným sdělením a využívají některý z prostředků masové komunikace. Jedinci zůstávají v anonymitě. Masové publikum nemá vnitřní strukturu, organizaci, zažité zvyky, rituály, žádného vůdce. Nemá tedy nic společného, krom společného média (Blumer 1946).

Základní charakteristické rysy příjemce v masové komunikaci = publika (Olšovská, Kapoun 2003) :

- Velikost
- Různorodost
- Disperzita, prostorová a časová \ obecnost

Masové publikum dále můžeme rozlišit na jednotlivé cílové skupiny (Burton, Jiráček 2001) :

1. Publikum je určeno konkrétním deníkem, časopisem a filmem, nahrávkou a pořadem, které preferuje

2. Publikum je vyhrazeno konkrétním typem produktu (publikum časopisu o vědě, o hudbě)
3. Publikum je definováno jeho charakteristickými znaky (demografické faktory, pohlaví, věk, atd....)

2.5.2 OVLIVŇOVÁNÍ PUBLIKA

Publikum v masové komunikaci je tedy popsitelné. Mediální instituce mají rámcovou představu, s kým komunikují, komu nabízejí svá sdělení a mohou tedy svůj mediální produkt zacílit tak, aby byla komunikace úspěšná.

Příkladem jednotlivých zaměření mohou být (Burton, Jiráček 1997) :

- Zaměření na jednotlivé sociodemografické skupiny (děti, ženy v domácnosti, sociální vrstvy, obyvatelé velkých měst a další)
- Zaměření na určité žánry, druhy programů
- Vlastní prezentace a předběžná propagace
- Přizpůsobení a načasování, rozvržení programů režimu publika

Z pohledu ekonomického je publikum především produktem, který médium prodává na reklamním trhu inzerentům.

2.5.3 AKTIVITA PUBLIKA

Autoři také připomínají, že média jsou schopna publikum aktivovat, ale také deaktivovat a hlavně, že míra vlivu médií na uživatele je přímo závislá na míře informovanosti a rozmanitosti informačních zdrojů.

Aktivita publika : F.A.Biecca (1986) zpracoval přehled různých pojetí předpokládané aktivity publika do pěti oblastí.

1. Publikum si vybírá : Lidé si víceméně vybírají, jakým mediálním sdělením dají větší přednost. Navíc různým sdělením věnují různou pozornost.

2. Publikum se řídí uspokojením potřeb : Jak jsme se zmínili výše, uspokojuje užívání médií určité lidské potřeby. Aktivita publika spočívá ve využití současných zkušeností s médii k volbě mediovaného sdělení, které povede k uspokojení vlastních potřeb.
3. Publikum jedná záměrně : Dle některých autorů spočívá záměrnost publika v aktivním zpracování určitých sdělení ve prospěch vlastní představy o světě, což vede k následným rozhodnutím.
4. Publikum je odolné vůči ovlivnění : Publikum je „nepoddajné“, má dost prostředků k tomu, aby se dokázalo ubránit ovlivnění tím, že při dekódování pozná v určité míře snahu o ovlivnění. Tyto úvahy ovšem směřují ke zpochybnění účinnosti persvazivních (přesvědčovacích) sdělení, např. v reklamě, propagandistických textech.
5. Publikum je kritické a interaktivní : Podle této teorie dokáží lidé vyhodnotit sdělení, doplnit je jinými a vyvodit vlastní závěry. Publikum je tedy aktivní nejen k jednotlivému mediálnímu sdělení, ale k mediální komunikaci jako celku.

Při zkoumání aktivity publika musíme brát zřetel na sociální, demografické a další aspekty, které jeho aktivitu, stejně jako jednotlivé teorie, významně ovlivňují.

2.6 KLASIFIKACE MÉDIÍ

Klasifikovat média lze z několika různých pohledů. Toto členění je opět velmi individuální. Uvádíme několik z nich (Bernhard Schlemann a kol. 2004):

1. Klasifikace podle technických kritérií
2. Klasifikace podle úlohy v komunikačním procesu
3. Klasifikace podle stupně zveřejnění
4. Klasifikace podle počtu použitých mediálních prvků

Ad 1: Prvním typem je posuzování, používá-li příjemce (recipient) nebo komunikátor při komunikaci technické prostředky. Toto dělení nazýváme technické a dále ho dělíme podle využití právě těchto technických prostředků.

Tabulka č. 2: Členění médií (Bernard Schellmann a kolektiv 2004)

Primární média	Sekundární média	Terciální média
Ani vysílač ani příjemce nepoužívají technické pomůcky.	Technické prostředky využívá pouze vysílač, příjemce se bez nich obejde.	Oba účastníci využívají technické prostředky a také přenos sdělení vyžaduje techniku.
Jedná se o řeč, pohyby těla, výrazy, zvuky	V tomto případě se jedná o veškeré tiskoviny.	Rozhlas, televize, CD, DVD internet, atd.

Ad 2: Druhým typem je posuzování dle úlohy v komunikačním procesu. Lidé si vzájemně vyměňují informace, které se musí nějakým způsobem transportovat. Podle způsobu transportu můžeme média dělit na :

- *Transportní a přenosová média* : Mezi kterými je nejvíce zastoupená lidská řeč. Z technických má zastoupení televize rozhlas, telefon, internet. Jsou to již výše zmiňovaná sdělení efemerní (pomíjivá).
- *Média sloužící uchování a fixování dat* : Jedná se o rukopisy, tiskoviny, obrazy, fotografie, filmy, videokazety, CD, DVD

Ad 3: Klasifikace dle stupně zveřejnění se zajímá o to, kolik osob má být sdělením osloveno. Rozlišujeme 4 základní typy komunikace, k nimž se vztahují média.

- *Média v interpersonální komunikaci* : Komunikace člověka s jiným člověkem je základní jednotkou výměny informací. Uplatňuje se zde hlavně řeč, podporovaná někdy telefonem.

- Komunikace v malé skupině lidí : Jde především o pracovní skupinu, kde při výměně sdělení dospíváme k nějakému řešení problému.
- Komunikace v organizaci : Jedná se o velké kooperativní sítě uvnitř podniků, organizací, úřadů. Zahrnuje i dva předchozí typy.
- Komunikace masová : Je zaměřena na velké publikum, které není soustředěno v určitém místě, ale je rozptýlené. Komunikace je veřejná, neboť cílem masové komunikace je zveřejňování výpovědi. Ještě se k ní vrátíme.

Ad 4: Poslední dělení vychází z počtu užitých mediálních prvků. S ohledem na toto dělení rozlišujeme média na :

- Monomédia : Obsahují pouze jediné médium a to obraz, zvuk, text. Tato média působí pouze a jeden smysl příjemce.
- Duální média : Vytvářejí spojení mezi dvěma mediálními poli. Jedná se o audiovizuální prostředky (televize)
- Multimédia : Spojují více mediálních prvků na společné digitální bázi. Cílem je působit na více lidských smyslů.

2.7 TIŠTĚNÁ MÉDIA

Předchozí dělení dokázalo, jak široké je spektrum médií. Tato klasifikace je jen jednou z mnoha dalších a ukázala nám, z kolika možných hledisek můžeme na média nazírat. V případě našeho výzkumu, pokud použijeme zmíněnou klasifikaci, se jedná o sekundární média, která slouží k uchování výpovědí, jsou určena pro široké spektrum publika a působí pouze na jeden smysl recipientů, jsou monomédii. Uvedená definice nás jednoznačně navede na tisk, který si v následujících kapitolách dále přiblížíme.

2.7.1 TISK

Tisk byl prvním z masových médií a také má nejstarší tradici. Díky své finanční nenáročnosti se po objevení knihtisku německým zlatníkem Johanessem Gutenbergem (1450) začal rozšiřovat do mnoha koutů světa. Dříve než byly vynalezeny tiskové technologie minimalizující náklady, rozšiřovaly se tištěné knihy pouze mezi vyšší vrstvou. V průběhu 19. století se stal oblíbeným zdrojem informací o událostech, zážitcích a zkušenostech pro širokou čtenářskou obec. Jejich oblibu a rozšiřování zajisté podtrhl fakt zavedení povinné školní docházky a růstu gramotnosti. V dnešní době je právem tisk považován za velmoc ve smyslu ovlivňování společnosti politickými názory, články, komentáři.

Charakteristické výhody tisku jsou :

- Informace podaná v tisku je relativně nejlacinější z hlediska nákladů
- Informace má efemérní efekt = vyslovené slovo zanikne, vyzní, naproti tomu inzerát, článek si můžeme přečíst i po delší době
- Tisk má poměrně dobře známého adresáta

Nakonec zmíníme určité nevýhody, kterými jsou neschopnost podat zvuk, vyjádřit pohyb, aktuálnost informací, a celková pasivita tohoto média ve srovnání s jinými. Tisk všeobecně musí čekat na zájem čtenářů, případně ho podpořit upoutávkou v jiných médiích.

2.7.2 SOUČASNÝ VÝVOJ A STAV TISKU

K současným vývojovým trendům patří komercializace a monopolizace tisku. Lehce se stírá rozdíl mezi bulvárním a seriózním tiskem. V obou se objevují stejné, dříve rozlišující, typické znaky (volba témat, preference určitých témat, grafická úprava, krátkost a obsah titulků, atd.) Bulvární periodika v některých případech „přitvrzuje“ až za hranice dosud respektované novinářské etiky, přičemž důvodem je samozřejmě snaha dosáhnout co největších zisků.

Dalším současným trendem je, že vydavatelem naprosté většiny českých novin a časopisů jsou zahraniční společnosti. Velké celostátní deníky zatlačují do pozadí regionální tisk, především zařazením vlastních regionálních příloh.

Pro představu uvádíme množství čtenářů nejvýznamnějších tuzemských tiskovin. Jde o údaje z roku 1998 (Jaroslav Kohout, 1999)

Tabulka č. 3: Četnost čtenářů deníků (Jaroslav Kohout 1999)

Název deníku	Počet čtenářů (v tisících)
MF Dnes	1335
Blesk	1022
Právo	785
Zemské noviny	427
Lidové noviny	242
Sport	240
Slovo	197
Hospodářské noviny	196

Tabulka č. 4: Četnost čtenářů časopisů (Jaroslav Kohout 1999)

Název časopisu	Počet čtenářů (v tisících)
Vlasta	934
Tina	805
Květy	801
Bravo	665
Týdeník televize	661
Žena a život	636
Story	633

Mohli bychom se dále zabývat tiskem. Porovnávat obsahy výpovědí bulvárního a seriózního tisku, grafické členění, atd. To ale není hlavním cílem práce, a proto se blíže podívejme na druhy tisku, který budeme analyzovat a který je předmětem naší práce.

2.7.3 NOVINY

Jsou to periodické tiskoviny, vycházející v krátkých intervalech. Jejich hlavním cílem je zprostředkování aktuálních zpráv z nejrůznějších oblastí, především politiky, hospodářství, zábavy, kultury, společnosti, sportu, a dalších. Z hlediska širší zpravodajství si konkurují s rozhlasem a televizí.

Komunikátoři – Hlavní typy médií: deníky a týdeníky (ČR 2002) (Schellmann 2004)

Deníky (93 titulů)

Týdeníky (84 titulů)

14deníky a měsíčníky (646 titulů)

Obsah - Kompletní obsah aktuálních informací ze všech oblastí

Transportní cesty - Novinový stánek, předplatné, online

Recipienti - více než 80% starších 14 let čte několikrát v týdnu noviny v průměrném čase 1 deník = 30 minut

2.7.4 ČASOPISY

Patří k modernímu způsobu života. Médium provází recipienta většinou delší dobu (celý den). Chápeme je jako meziformu mezi novinami a knihami, protože vycházejí periodicky, ale ne tak často. Jsou aktuálnější než knihy, ale ne tak aktuální jako noviny. Nabízejí širokou paletu témat všeobecného zájmu. Odborné časopisy uspokojují potřebu informovanosti z nejrůznějších vědeckých a profesních oblastí. V celé řadě odborných časopisů se vědečtí i odborní pracovníci vrací k již probíraným tématům, a proto se většinou tyto časopisy vydávají ve vázané podobě. V současné době mají odborné časopisy asi 1083 titulů, ale prodaný náklad má klesající tendenci, na čemž se podepisuje hlavně nové vydávání časopisů online nebo jejich elektronické podoby.

2.7.5 KNIHY

Význam knihy spočívá v tom, že v různé míře přináší vzdělání, kulturu a zábavu, zároveň je to jeden z nejstarších prostředků uchování informací.

Komunikátoři – Počet nakladatelství v ČR asi 3000 (v roce 2000)(Schellmann 2004)

Obsah – V roce 2000 tato nakladatelství vydala více než 11000 titulů mnoha různých témat

Transportní cesty – širokosortimentní knihkupectví, online prodejny, atd.

Recipienti – cca 20% obyvatel starších 14 let čte vícekrát v týdnu knihu.

Tištěná média jsou nejrozšířenějším médiem na celém světě. V mnoha podobách oslovují celé populace a skupiny. Přinášejí informace z mnoha oblastí a odvětví. Jednou z těchto oblastí je sport, pohyb, v užším okruhu i tělesná výchova.

2.8 POTŘEBA POHYBU

Ve svém po tisíce let trvajícím vývoji se člověk neobešel bez intenzivních činností. Teprve v posledních etapách lidské společnosti došlo k takovým změnám, které sice usnadňují život, ale také sebou přinášejí negativní důsledky. Změna způsobu života, zpohodlnění a zjednodušení všech činností přineslo minimalizaci fyzické námahy a pohybové činnosti vůbec. Obecně se poté setkáváme s nerovnováhou v psychické zátěži současné populace oproti fyzické zátěži. Dochází k hypokinezi a vzniku mnoha civilizačních chorob jako jsou například: obezita, vysoký tlak.

Z četných výzkumů je dokázáno, že právě pohybová aktivita je nezanedbatelným faktorem, který je svázán se zdravým způsobem života, prevencí těchto nemocí a patří k intervenujícím činitelům zdraví a celkové délky života. Je potřeba záměrně ovlivňovat vztah k pohybové činnosti již od útlého dětství.

Kladný vztah k pohybové aktivitě by měli vyvíjet především rodiče a učitelé. Patřičné informace mohou čerpat také prostřednictvím médií.

V dětství není pohybová činnost jen prostředkem k prevenci chorob, ale má velký podíl na normálním vývoji dítěte. Důležitý je i psychoregulační efekt při

kompensaci mentální zátěže dětí a mládeže. Není pochyb o pozitivních vlivech při provozování herních činností. Při nich děti navazují komunikaci snadněji, vytvářejí sociální skupiny, vytvářejí se sociální role, přizpůsobení cílů skupině, atd. Tato zjištění jsou známá již mnoho let, a proto vedla společnost k zásadním počinům. Jedním z jistě největších a nejefektivnějších bylo zařazení pohybové činnosti do povinné školní docházky. Dnes má školní tělesná výchova u nás již přes 130 let dlouhou tradici. Za tu dobu si vybudovala velmi pevnou pozici a prošla velmi rozmanitým vývojem. Bohužel se mnohdy stává, že děti jsou osvobozeny ze školní tělesné výchovy, většinou díky vrozeným poruchám, a jinde si pohybovou činnost nevynahrazují. Současná situace je i taková, že při opouštění základní nebo střední školy nemají děti vytvořený kladný vztah k pohybové činnosti. Jiná situace nastává je-li žák méně nadanější a není schopen plnit výkonové nároky podle požadavků tělesné výchovy. Dochází pak k frustraci, strachu z neúspěchu, pocitu méněcennosti a již zmíněnému negativnímu postoji k tělesné výchově a pohybové činnosti jako komplexnímu ději. To jsou ovšem skutečnosti, které by mohla zpracovávat jiná práce. My se nyní blíže podíváme na současné pojetí školní tělesné výchovy.

2.9 SOUČASNÉ POJETÍ ŠKOLNÍ TĚLESNÉ VÝCHOVY

Současná koncepce zařazení tělesné výchovy do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání :

V souladu s novými principy kurikulární politiky, zformulovanými v národním programu rozvoje vzdělávání v ČR jsou kurikulární dokumenty stanoveny na dvou úrovních : státní a školské.

Státní úroveň představují Národní program vzdělávání a rámcové vzdělávací programy(dále jen NPV, RVP). Školní úroveň představují školní vzdělávací programy (dále jen ŠVP), podle kterých se realizuje výuka na jednotlivých školách.

Všechny programy by měly brát v potaz několik definovaných základních kompetencí, které bychom měli u žáků rozvíjet v rámci svého předmětu. Mezi tyto patří kompetence k učení, řešení problémů, komunikativní kompetence, sociální a personální

kompetence, občanské kompetence a kompetence pracovní. Vzdělávací obsah byl rozdělen do několika hlavních oblastí. Tělesná výchova je v oblasti Člověk a zdraví.

Charakteristika vzdělávací oblasti člověk a zdraví přináší základní podněty pro ovlivňování zdraví, s nimiž se žáci seznamují, učí se je využívat a aplikovat ve svém životě. Vzdělávání v této oblasti směřuje především k tomu, aby si žáci uvědomili sami sebe jako živé bytosti, pochopili hodnotu zdraví, smysl prevence a hloubku problémů spjatých se zdravím a jeho poškozením.

Pro naplnění těchto záměrů je zapotřebí využívat přiměřené motivace a to především kladením důrazu na praktické dovednosti a jejich aplikace v modelových situacích. Svoji nezanedbatelnou roli hraje jak pedagog tak i prostředí školy. Obojí by mělo být ve shodě s tím, čemu se žáci učí.

Tato oblast je vymezena dále ve vzdělávacích oborech Výchova ke zdraví a Tělesná výchova.

2.9.1 VÝCHOVA KE ZDRAVÍ

Výchova ke zdraví : navazuje na oblast člověk a jeho svět a vede žáky k získání hlavních hygienických, stravovacích, pracovních návyků. Rozšiřují si poznatky o rodině, škole, přírodě, člověku.

2.9.2 TĚLESNÁ VÝCHOVA

Tělesná výchova : Je součástí komplexního vzdělávání žáků, které vede k poznání vlastních pohybových možností, poznávání možných účinků pohybové činnosti na tělesnou zdatnost, sociální a duševní pohodu. Pohybové vzdělání postupuje od spontánní činnosti k činnostem řízeným a výběrovým. Předpokladem k rozvíjení pohybových dovedností žáka je prožitek z pohybu a z komunikace při pohybu. Dobře zvládnutá dovednost je dalším prvkem motivace a navíc umocňuje prožitek.

Pedagog musí být schopný rozvíjet pohybové nadání, jeho nedílnou součástí je odhalování zdravotních oslabení. Měl by se snažit tyto vady korigovat, jak v běžných hodinách preventivně nebo ve specifických hodinách zdravotní tělesné výchovy. Tyto hodiny by měla každá škola být schopna nabídnout žáků s již zmíněnými poruchami. Tj. žákům II. a III. zdravotní skupiny. Účast žáků ve zdravotní tělesné výchově vede žáky k poznání charakteru jejich oslabení i míry omezení v jiných pohybových činnostech. Současně předpokládáme určitý způsob ovlivnění zdravotního oslabení a zařazení takových žáků do běžného režimu dne.

Samozřejmě, že dále jsou určené vzdělávací obsahy zmíněných oborů a očekávané výstupy. Ty však již zůstávají podobné ne-li stejné jako v předchozích letech. Každá škola si tak může vytvořit svůj školní vzdělávací program, který ji bude určitým způsobem profitovat a odlišovat od ostatních škol.

2.10 PRVKY VZDĚLÁVACÍHO PROCESU

Ve vzdělávacím procesu je třeba uvědomit si, že se na něm účastní žák i učitel. Žák je subjektem i objektem působení, kde jeho krátkodobé i dlouhodobé pozitivní změny ve struktuře a dynamice osobnosti vedou k efektivitě procesu. (Fialová, Rychec, 1995). Kromě učitele působí na žáka a tím i efektivitu procesu další podmínky. Rodinná výchova, zvláště postoje rodičů a také jejich vztah k pohybovým činnostem velmi ovlivňují další podněcování k pohybové činnosti jejich potomků. Trenéři a cvičitelé působí na tu část, která se zapojuje i do mimoškolní tělesné výchovy. Dětsí i ostatní lékaři by měli působit také motivačně doporučováním pohybové aktivity v prevenci dalšího zhoršování zdravotního stavu. Podstatnou úlohu v ovlivňování dalších postojů k tělesné výchově či pohybové činnosti jako celku hrají i média, masmédia. Tisk, televize, rozhlas, internet ovlivňují především kognitivní složku postoje žáků. Shlížení se v určitých vzorech, prezentování úspěšných sportovců jsou základní témata, která působí většinou na pubescenty a adolescenty.

2.10.1 ČINNOST PEDAGOGA

Podstatnou složkou ve vzdělávacím procesu je pedagog a jeho záměrné působení na svěřence. Každý pedagog působí v tomto procesu jako objekt (svou profesionalitou, zaměřením, kvalifikací, zkušenostmi, vědomostmi, atd.), ale také jako subjekt (osobností, psychickými vlastnostmi, atd.). Tyto dvě odlišné roviny se vzájemně prolínají a mají komplexní odezvu ve výsledcích vzdělávacího procesu. Nepochybně má každý školní předmět své specifické rysy a na každého pedagoga jsou kladeny trochu odlišné požadavky. Jak shrnout kladené požadavky na učitele tělesné výchovy? Kocourek a kol.(1988) určuje procentuální distribuci těchto kategorií učitelského chování :

Dohled 28,8 %

Vysvětlování 21,7 %

Organizování 16,3 %

Zpětná informace 11,5 %

Rady, pokyny 9,9 %

Výchovné aktivity 1,9 %

Ostatní aktivity 9,9 %

Obecně můžeme říci, že každý tělovýchovný pedagog by měl mít výborné organizační a řídicí schopnosti, komunikativní schopnosti. Zvýšené nároky jsou kladeny samozřejmě na tělesnou zdatnost a výkonnost, která se předpokládá, stejně jako nabyté didaktické a percepční schopnosti (ty se následně dále vyvíjejí s praxí). Stranou k těmto by neměly stát ani tzv. akademické schopnosti, které se projevují pozitivním postojem k oboru tělesné výchovy a k dalšímu teoretickému i praktickému vzdělávání. Jak jsme se zmínili již v úvodu práce, každý by měl sledovat nové poznatky ve svém oboru, neměl by se bát s novými poznatky experimentovat, zavádět nové postupy do výuky. Možnosti, jak zlepšit svou práci, stále existují. K tomu, aby učitel udržel krok s vývojem, je nutné, aby si doplňoval vědomosti. Nejjednodušším způsobem takového obohacování je samostudium. Učitel by měl číst odborný tisk, měl by se zajímat o

názory veřejnosti i vládní politiku v oblasti školství. Tyto informace poskytuje denní tisk i různé časopisy. Některé informace je lepší předávat organizovaně, větší skupině pedagogů. Proto stále funguje další vzdělávání učitelů.

2.11 DALŠÍ VZDĚLÁVÁNÍ UČITELŮ

V úvodu jsme se zmínili o důležitosti dalšího vzdělávání, profesního rozvoje v jakémkoliv zaměstnání. Totéž platí i pro učitele. „Význam učitelské profese je stále více zdůrazňován na úrovni vzdělávací politiky. Učitelům jako prostředníkům mezi společenským očekáváním na jedné straně a znalostmi studentů na straně druhé, je přiznáván zásadní význam pro realizaci strategie rozvoje lidských zdrojů a stále výrazněji se prosazuje názor, že jejich další vzdělávání je podmínkou tohoto rozvoje.“ (Kohnová, 2004, str.23)

Ještě než se začneme věnovat této problematice, podívejme se na odlišnosti mezi pojmy profesní rozvoj učitele a další vzdělávání učitele.

Samotný pojem profesní rozvoj učitele bývá chybně označován jako synonymum pro další vzdělávání učitele. Profesním rozvojem je v odborných publikacích rozuměna jakákoliv činnost rozvíjející individuální schopnosti, znalosti a další charakteristické znaky povolání učitele. Zahrnuje samostudium i poznatky nabyté praxí. Další vzdělávání je pak chápáno jako jedna ze složek profesního rozvoje učitelů.

Samostudium a sebevzdělávání představují především samotné přípravy na hodiny. Učitelovy kompetence se rozvíjejí při výuce i během celé praxe.

Další vzdělávání učitelů bývá většinou definováno jako vzdělávání skupin učitelů v praxi, koncipované v několika úrovních. Určuje aktivity, na kterých jsou učitelé školeni, ale také sebevzdělávání směřující k daným a vymezeným požadavkům, dále aktivity, kdy učitelé pod dohledem školitelů i jiných osob připravují nové strategie a přístupy.

Další vzdělávání má tedy institucionální formu. Tato forma je vyměřena časovým úsekem aktuálnosti aktivit a programovým zaměřením. Měla by být

systematická a ne formou nahodilé spolupráce nesourodých subjektů. Jedná se tedy o instituce, které mají svoji úlohu ve vzdělávacím systému.

Po definování pojmu další vzdělávání učitelů se podívejme blíže na jeho základní vymezení.

Rozvoj učitelské profese má dvě hlavní složky :

- Profesní příprava – studium učitelství
- Profesní rozvoj – praxe, samostudium a další vzdělávání učitelů

Další vzdělávání učitelů můžeme charakterizovat těmito tezemi (Kohnová, 2004):

- Systematický, nepřetržitý a koordinovaný proces, který navazuje na pregraduální studium a trvá po celou dobu profesní dráhy učitele
- Celoživotní rozvíjení učitelových kompetencí
- Nejrozsáhlejší resortní a celospolečensky významná oblast vzdělávání dospělých
- Jeden z předpokladů transformace školství
- Nejefektivnější forma vyrovnávání obsahu i metod vzdělávání a výchovy ve školství

Další vzdělávání by v žádném případě nemělo nahrazovat pregraduální studium, pouze na něj navazovat, rozvíjet. Tyto složky by měly být navzájem propojené a vhodně se doplňovat.

Konečná definice dalšího vzdělávání učitelů zní (Kohnová, 2004):

- Institucionalizované, na různých úrovních koncipované a řízené vzdělávání skupin učitelů v praxi, zaměřené na rozvoj vzdělávání a rozvoj školy jako vzdělávací instituce

2.11.1 CÍLE A ÚKOLY

Existují dvě oblasti, na kterých jsou cíle a úkoly závislé:

- Teorie dalšího vzdělávání
- Vzdělávací politika

Strategicky má další vzdělávání učitelů význam jako nástroj k inovaci osnov, aktualizaci znalostí a prevenci v zaostávání a ke změně rozdílu mezi ekonomickou a vzdělávací odezvou.

Hlavní cíle jsou pak následující:

Vytvořit stabilizovaný a funkční systém dalšího vzdělávání učitelů, který efektivně realizuje záměry vzdělávací politiky a rychle řeší problémy v rámci školského systému. Důležité je zachování určité flexibility, otevřenosti novým změnám a pružnosti v reakci na tyto změny.

Vzdělávací politika by se měla povětšinou opírat o výsledky výzkumů a odborná stanoviska a podporovat pracoviště zabývající se dalším vzděláváním učitelů.

Na další vzdělávání učitelů musíme nahlížet také z oborového hlediska. Můžeme je rozlišit podle zaměření (Neave, 1987):

1. Předmětová orientace

- Je zaměřena na oborové a didaktické inovace
- Má pomoci zohlednit zkušenosti učitele. To znamená zohlednit i aktuální problémy a zkušenosti žáků, nepředkládat jednostranné zprostředkování vědy

2. Problémová orientace

- Další vzdělávání učitelů zaměřené na překonávání problémů v praxi, ať jsou již odborné nebo sociální
- Rozvíjení kolektivní schopnosti řešení problémů
- Rozvíjení komunikačních dovedností a připravenosti ke změně

3. Osobnostní orientace a psychohygiena

- Individuální psychická regenerace

- Setkávání s dalšími pracovníky školství, diskuse, získání sebejistoty

Cílem dnešní školské politiky je mj. udržovat kvalitu vzdělání. Každá škola prochází neustálou proměnou a inovování metod i obsahu je stálým požadavkem.

Profese učitele je mnohdy charakterizována jako soubor kompetencí, tj. soubor kvalifikačních a osobnostních předpokladů nezbytných pro kvalitní výkon profese. Další vzdělávání učitelů by mělo být koncipováno tak, aby obsáhlo všechny tyto kompetence. Tematika kompetencí je obsáhlé téma, kterým se zabývají jak ministerstva, tak akademická půda, tak i mezinárodní vědecké týmy.

Členění a definování těchto kompetencí je tedy složité. Spilková (1996) uvádí tyto základní kompetence, bez nichž se žádný pedagog neobejde.

- Odborně předmětové a psychodidaktické kompetence
- Komunikativní, organizační a řídicí, diagnostické, konzultativní a sebereflexe

Rozsáhlost výčtu dovedností a znalostí, klasifikujících učitelskou profesi a fakt, že různí odborníci kladou důraz na rozvoj rozdílných kompetencí, se při vývoji programů dalšího vzdělávání podepisují výrazně. Všechna tato úskalí jsou podpořena nedostatkem financí a dalších zdrojů, což vede k realizaci jen zlomku navržených programů.

2.11.2 MODEL Y DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ UČITELŮ

Pro představu uvádíme modely dalšího vzdělávání učitelů, jak bývají členěny v odborných publikacích. Nejčastěji jde o rozdělení do těchto kategorií:

1. Oborově předmětové – které bezprostředně souvisejí s aprobacemi. Jedná se o nejrozšířenější a nejžádanější formu dalšího vzdělávání učitelů.
2. Předmětově didaktické – podporující transformaci vědeckých poznatků do podoby odpovídající určité skupině žáků

3. Kombinace obou předchozích
4. Interdisciplinární – mezipředmětové vztahy, jsou potřebné, ale málo realizované
5. Pedagogicko- psychologické – jsou základem pro učitelské působení spolu s předchozími modely

Význam mají i programy, které se zaměřují na obecný rozvoj učitelské osobnosti:

6. Všeobecně vzdělávací – rozšiřuje obzory učitele obecně, podporuje funkci kulturního činitele. Některé kurzy pomáhají nabýt sebevědomí a seberealizovat se
7. Zaměřené na rozvoj školy, nové situace ve školním prostředí – změny klimatu školy, v současné době probíhají např. mnohé kurzy tvorby školního kurikula
8. Zaměřené na aktuální výchovné problémy či společenské problémy – např.: kurzy eliminující nepřátelství vůči jinému etniku

Při koncipování vzdělávacích programů je potřeba seznámit se s několika významnými aspekty. Je to především v závislosti na učiteli. V jakém prostředí bude uplatňovat nabyté zkušenosti, jací jsou žáci a jak funguje škola. Při dlouhodobých akcích je nutné sledovat motivaci a možnost účasti učitelů. Neméně podstatnou složkou je i vstupní hodnocení učitele, které nám umožňuje stanovit úroveň znalostí v profesních kompetencích a dále na nich stavět.

2.11.3 INSTITUCIONALIZACE

Již jsme zmiňovali, že další vzdělávání učitelů má institucionální charakter. Míra institucionalizace a profesionalizace dalšího vzdělávání učitelů signalizuje, jaký význam přikládají vědecké a státní instituce dosažení a rozvoji učitelských kompetencí. Za optimální je považován systém, který je realizován v několika úrovních. První z nich je okresní nebo také místní působení samotné školy. Následuje regionální úroveň v podobě pedagogických center a vysokých škol. Poslední nejvýznamnější institucí je vláda, která tvoří centrální úroveň.

Dosavadní výzkumy ukazují, že i učitelé si sami dobře uvědomují, jak potřebné je další vzdělávání. Ve výzkumech z roku 1993 uvedlo 84% respondentů potřebnost instituciolizovaného dalšího vzdělávání (Kohnová, 1993). Současně je z výzkumu patrné, že nejčastějším pomocníkem při profesním rozvoji odborných znalostí je pro učitele samostudium 51%, následují kolegové 13%, vysoké školy 10%, krajská a okresní střediska DVU 7%, ostatní 12%. Podobně je tomu u metodických znalostí.

Resortní síť DVU 2000 – 2003 v ČR a funkce, které by měla teoreticky zastávat.

Tabulka č.5: Resortní síť (Kohnová, 2004)

Centrální úroveň chybí				
Je zastoupena pracovišti MŠMT + akreditační komisí pro DVPP				
Funkce: teoreticko-výzkumná, koncepční, koordinační, informační				
Krajská úroveň				
Krajská pedagogická centra 14PC			Vysoké školy ve všech krajských městech	
Funkce: koncepční a analytická vzhledem k požadavkům praxe i novým nároků vzdělávání			Funkce: postgraduální vzdělávání učitelů, které vede k získání další kvalifikace, specializace, doplnění vzdělání	
3 původní krajská centra a 11 nově založených			Centra DVU na VŠ nebo pedagogických fakultách	
PC Plzeň	PC České Bud.	PC Praha	PC Hradec Králové	PC Doplněna ve zbývajících krajích

Okresní úroveň V současné době rušena
Okresní pracoviště pro DVU Okresní metodické kabinety – školy
Funkce: činnost metodická, poradenská, konzultační i informační

Další vzdělávání je jednou ze součástí profesního rozvoje učitelů. Je definováno jako vzdělávání skupin učitelů v praxi koncipované se záměrem rozvoje školy a vzdělávání, resp. sledující širší či specificky určené vzdělávací a výchovné cíle (OECD 1997). Systematické a cílené řízené je nepostradatelné a je realizováno pomocí institucí na různých úrovních.

Problematika dalšího vzdělávání učitelů se dostává do popředí i v České republice. Provádějí se významné změny v podobě přípravy legislativních úprav, přeměna struktury institucí, atd. Nicméně odborné studie nejsou dostatečně zaměřené na další vzdělávání učitelů. Největší deficit je patrný v terminologii, v rozdílném výkladu pojmů, v opomíjení souvislostí.

Z předchozího textu je patrné, jak složitá je oblast dalšího vzdělávání učitelů. V naší práci se zaměřujeme na vzdělávání nebo spíše na pomocníky profesního rozvoje učitele tělesné výchovy. Jak jsme výše uvedli, výzkumy ukazují, že takovýmto největším pomocníkem je samostudium. Jednou z nejčastějších pomůcek samostudia je odborná literatura, odborné publikace v časopisech a další. Sledováním nabídky těchto publikací a jejich analýzou se pokusíme zjistit schopnost těchto médií poskytnout dostatek kvalitních informací potřebných k samostudiu, tak i distribuce těchto informací k učitelům tělesné výchovy. Současně budeme zjišťovat zpětnou vazbu učitelů, spokojenost s dostupnými informacemi, aplikovatelnost v praxi a návrhy na inovace.

3. METODOLOGIE

3.1 CÍLE A ÚKOLY

Cíle a přesné určení řešené otázky:

Cílem práce je utřídění a analýza informací z odborných tištěných médií, které se zabývají problematikou z oblasti školství a školní tělesné výchovy. Následný průzkum pomocí dotazníku určí působnost těchto médií a kvalitu nabízených obsahů.

3.2 OTÁZKY A PŘEDPOKLADY

Vědecká otázka:

Je nabídka témat odborných tištěných médií schopna kvalitně rozšiřovat (prohlubovat) znalosti a vědomosti pedagogů a pomáhá řešit aktuální problémy ze všech oblastí školní tělesné výchovy?

Předpoklady:

- Více než polovina oslovených pedagogů bude odebírat pravidelně alespoň jedno odborné médium (jeden odborný tisk).
- Témata v odborných médiích budou více zaměřená na praxi.
- Dalšího vzdělávání učitelů či doškolovacích kurzů se bude účastnit pravidelně méně než polovina oslovených.

Jednotlivé úkoly diplomové práce:

1. Nastudovat literaturu týkající se médií, působení médií na publikum, prezentace školství v médiích
2. Seznámit se s dostupnými výsledky z dané oblasti
3. Analyzovat odborné tiskoviny z roku 2005 v tomto rozsahu – 1 deník (Mladá Fronta Dnes), 3 časopisy (Moderní vyučování, Tělesná výchova a sport mládeže, Česká kinantropologie)
4. Vytvořit vlastní dotazník pro učitele tělesné výchovy týkající se jejich zkušeností s jim dostupnými médii
5. Distribuovat dotazník učitelům SŠ a ZŠ a získat data v terénu
6. Zpracovat výsledky, analyzovat nabídku médií i poptávku po tématech
7. Vyvodit diskusi a závěry

3.3 POUŽITÉ METODY

Ve výzkumné části diplomové práce nejdříve provedeme obsahovou analýzu sledovaných médií. Za jednotku obsahové analýzy jsme si stanovili článek týkající se školské tematiky. Při úzkém zaměření na školní tělesnou výchovu bychom vyhodnocovali nabídku periodických médií velmi těžko. Jednotlivá témata a oblasti jsme zaznamenali na záznamový arch a kartotéční lístky. Následně jsme vyhodnocovali četnosti článků, kvalitu, typy zastoupení, odbornost, chybějící témata atd.

Jednou z nejvýznamnějších metod zkoumání médií a jejich mediovaných obsahů je obsahová a obrazová analýza.

3.3.1 OBSAHOVÁ ANALÝZA

Základním principem této metody je vymezení nějakého sledovaného znaku, nějakého typu mediovaného sdělení (v našem případě články související se školstvím a tělesnou výchovou). Dále je třeba pojmenovat jeho jednotlivé složky. Následuje

počítání zastoupení těchto složek ve vzorku. Stejnou metodou se dá měřit i četnost zastoupení určité struktury (organizace) média nebo počet obrazových složek.

Předchozí popis byl trochu zjednodušený. Obsahová analýza je velmi komplikovaná metoda výzkumu, na němž se většinou podílí celý výzkumný tým. Pro naši analýzu relativně malého vzorku postačí práce jednotlivce. Ovšem k podrobnějšímu rozboru námi sledovaných médií by bylo zapotřebí delšího času a více výzkumníků.

Bezpochyby platí, že se jedná o velmi spolehlivou metodu, která dovoluje celkem přesně popsat zkoumaný materiál. Často při obsahové analýze vyvstávají další výzkumné otázky spojené s tématem.

Výsledkem obsahové analýzy pak bývá výstup, který zachytí jednotlivé zastoupení určitých znaků, chování médií.

3.3.2 ANALÝZA PŘÍJEMCŮ

Zvláštní oblast při zkoumání médií představuje zkoumání jejich příjemců, tedy publika. Jelikož se jedná o velmi různorodé skupiny, vnitřně členěné, které povětšinou spojuje jen jedno médium, jsou metody zkoumání příjemců, jejich postojů a zvyků velmi složité. V zásadě existují dva základní principy zkoumání publika. Jsou to různé formy dotazování (dotazník, hloubkový rozhovor, skupinový rozhovor) nebo pozorování.

Hodnota výsledků dotazníkového šetření vyplývá jak z počtu dotazovaných, tak také z toho, jak přesně je vymezeno sledované publikum. Tato metoda odkrývá zvyklosti, názory, požadavky sledovaného publika, rozšíření sledovaného média, atd. Jedná se o metodu kvantitativní, jelikož odkrývá četnosti výskytu určitých odpovědí. Výsledky dotazníkového šetření se zpracovávají do grafů, tabulek, které slouží k porovnání četnosti určitých odpovědí.

V našem případě jsme použili dotazníkové šetření. Publikem jsme rozuměli úzce specifikovanou skupinu, učitele tělesné výchovy.

Využili jsme metody dotazníku, který obsahoval převážně uzavřené otázky a byl doplněn několika otázkami otevřenými, kde mohli respondenti odpovídat vlastními slovy. Náš dotazník obsahuje 4 otázky otevřené, zbytek je sestaven z otázek uzavřených. Otázky začínají základními informacemi o dotazovaném a postupně přecházejí na otázky týkající se vztahu dotazovaného ke zkoumaným médiím a vlivu těchto médií. Otevřené otázky jsou typem volné odpovědi.

3.4 CHARAKTERISTIKA SLEDOVANÉHO SOUBORU

Pro obsahovou analýzu jsem zvolili:

- 1 deník z roku 2005 – Mladá fronta Dnes (zvolili jsme 6 měsíců, které jsou z pohledu školního roku zajímavé)
Květen, červen – konec školního roku a přijímací zkoušky
Září, říjen – začátek školního roku
Leden, únor – Pololetní hodnocení
- 3 odborná média z roku 2005 – Moderní vyučování, Tělesná výchova a sport mládeže, Česká kinantropologie

V další části výzkumu jsme distribuovali dotazníky učitelům tělesné výchovy. K distribuci dotazníku jsme použili, dnes zřejmě nejrychlejší a nejméně finančně i časově náročnou komunikační cestu – internet. Na portálu www.zakladniskoly.cz a www.stredniskoly.cz, kde jsou jednotlivé školy seřazeny podle krajů s odkazy na jednotlivé stránky škol, jsme z každého kraje zvolili 10 škol a ty oslovili (ředitele či přímo učitele TV) pomocí e-mailu s odkazem na dotazník. Celkem jsme oslovili 140 základních a 140 středních škol. Ze středních škol jsme předně oslovovali všeobecná gymnázia a gymnázia s rozšířenou výukou tělesné výchovy.

Skupinou probandů byli učitelé tělesné výchovy na ZŠ i SŠ. Vzhledem k distribuci dotazníku nešlo zajistit odpovídající poměr 50 učitelů středních škol a 50 základních škol.

Z celkového počtu 280 oslovených škol nám dotazník vyplnilo 104 pedagogů (37%). Tak malou úspěšnost lze vysvětlit použitím internetu, který ještě není standardním vybavením všech škol a kabinetů. Další příčinou může být zprostředkovatel (v našem případě většinou oslovený ředitel nebo zástupce). Jiným důvodem je neosobnost takového zadání. Roli sehrál jistě i zájem a vytíženost pedagogů.

3.5 CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÝCH MÉDIÍ

Pro obsahovou analýzu jsme zvolili tato média:

3.5.1 MLADÁ FRONTA DNES

Mladá fronta Dnes je jedním z největších, periodických, tištěných deníků u nás. Denně oslovuje velké množství české populace. Proto jsme si ho vybrali k analýze informovanosti z prostředí českého školství, potažmo ze školní tělesné výchovy. Předem zdůrazňuji, že při analýze tohoto deníku, jsme se soustředili na jakékoli informace související se školskou tematikou. Analýza článků týkající se školní tělesné výchovy, by byla v tomto médiu okrajovou záležitostí.

Mladá fronta Dnes vznikla navázáním na tradici a čtenářskou základnu listu Mladá fronta, který vznikl roku 1945 jako nestranný mládežnický deník a později si jej přisvojily komunistické mládežnické organizace. Současná Mladá fronta Dnes vznikla revoltou kolektivu redaktorů v roce 1990. Noviny jsou vydávány denně s výjimkou neděle ve formátu 310 * 230mm s přílohami ve formátu časopisu A4. Denně obsahují regionální přílohu příslušného kraje nebo srovnatelné oblasti. Zaměřují se převážně na komentované události, zpravodajství a tematické přílohy. V pondělním výtisku je to rozšířená sportovní příloha. Úterní přináší Peníze a zaměstnání. Středa obsahuje Test a Auto-moto, ve čtvrtek pak pravidelně vychází barevný magazín Dnes s televizním programem a sešit Zaměstnání. Následuje páteční Dům a byt a v sobotu příloha Víkend.

Jedním z témat je i vzdělávání, které má svoje místo v úterních výtiscích a přináší názory odborníků na současné problémy školství, nabídky jazykových kurzů a další. Deník se prohlašuje za politicky neutrální, ale bývá označován jako mírně konzervativní. Denně je prodáno v průměru 310 000 výtisků a podle výzkumu (media projekt) čte deník 1,15 milionů lidí. Mezi čtenáři převažují lidé s maturitou a vysokoškolským vzděláním. Zdůrazňujeme, že existuje i elektronická podoba deníku na portálu www.idnes.cz.

3.5.2 MODERNÍ VYUČOVÁNÍ

Časopis je určen zejména pedagogům a ředitelům základních a středních škol. Poskytuje užitečné informace, náměty k zamyšlení i konkrétní metodiky a výukové materiály pro práci učitele v hodinách. Představuje inspirativní vzdělávací programy, přináší rozhovory se zajímavými lidmi z pedagogického světa, nahlíží do zahraničí i do českých a moravských škol, které mají co nabídnout.

Časopis chce být inspirací pro všechny, kteří mají učitelské povolání rádi, přemýšlejí o své práci a hledají cesty, jak ji zlepšovat. Odborný měsíčník Moderní vyučování měl v roce 2003 zhruba 2300 předplatitelů. Čtenáři oceňují zejména praktické náměty do výuky, informace o možnostech dalšího vzdělávání a zamyšlení nad aktuálními pedagogickými tématy.

Časopis Moderní vyučování vychází od září do června v nákladu cca 2500 ks a nabízí plochu pro plošnou i textovou inzerci za velmi příznivé ceny, navíc s bonusem v podobě výhodné inzerce na internetovém portálu www.mujnet.cz, současně je časopis v elektronické podobě k dispozici na adrese www.modernivyucovani.cz.

3.5.3 ČESKÁ KINANTROPOLOGIE

Časopis Česká kinantropologie prezentuje původní výzkumné práce, teoretické studie, příspěvky, které se týkají problematiky kinantropologie. Časopis vychází dvakrát ročně a je vydáván Vědeckou společností kinantropologie. Náklad tohoto časopisu je kusů. Časopis odebírají všechny vysoké školy, ve kterých se studuje TV a sport a

všichni členové České kinantropologické společnosti. Publikují v něm vědečtí pracovníci i postgraduální studenti. Jejich články jsou posuzovány 2 recenzenty. Časopis je vydáván redakční radou na UK FTVS.

3.5.4 TĚLESNÁ VÝCHOVA A SPORT MLÁDEŽE

Tělesná výchova a sport mládeže (TVSM, ISSN 1210 - 7689, ev. č. MK ČR E 757) je v oblasti pohybových aktivit jediný univerzální odborný časopis v České republice. Vychází od roku 1931. Časopis je zdrojem informací a tvorby názorů učitelů, trenérů a cvičitelů mládeže. Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze, která časopis vydává, plní jeho prostřednictvím nezastupitelnou úlohu v dalším vzdělávání všech profesionálů v oblasti pohybových aktivit. Časopis je stále více využíván i studenty tělesné výchovy a sportu na vysokých školách a dalšími zájemci o hlubší seznámení s pohybovými aktivitami a jejich působením na člověka.

Obsahové zaměření hlavních rubrik

Úvahy, náměty a projekty – popularizace poznatků, zaměřených na současnou progresivní praxi ve školní tělesné výchově a sportu mládeže, školní vzdělávací programy, vztah tělesné aktivity a zdraví, olympismus, legislativa, ekologie, komunální politika, výchova apod.

Typy na pomoc praxi – didaktické problémy školní tělesné výchovy, sportovního tréninku mládeže a pohybových aktivit zdravotně oslabené mládeže

Výzkum odpovídá, nabízí – popularizace výzkumných nálezů se zřetelem na jejich využití v praxi, odpovědi našich výzkumníků na vaše dotazy

Zajímavosti, zprávy – významné informace o různých kongresech, seminářích a jiných událostech, historická ohlédnutí, aktuality, odkazy na www stránky

Recenze – inovační podněty z domácí a zahraniční knižní produkce

Napsali nám – dopisy čtenářů, kritické ohlasy na články

Periodicita: 8 vydání ročně - leden - květen 5x, září - prosinec 3x

Na výše uvedených stránkách nás zaujalo heslo:“ Otázka: Dovedete si představit lékaře, který se nebude celoživotně vzdělávat? Neplatí pro učitele a trenéra stejná povinnost?“

Jak časopis splňuje svůj úkol a cíl, celoživotně vzdělávat učitele a trenéry, bude předmětem našeho výzkumu.

4. VÝSLEDKOVÁ ČÁST

4.1 INTERPRETACE A VÝSLEDKY OBSAHOVÉ ANALÝZY MÉDIÍ

4.1.1 OBSAHOVÁ ANALÝZA MLADÉ FRONTY DNES

Jak jsme se již zmínili, zvolili jsme období, která jsou z hlediska školního roku více zajímavá. Jsou to tyto měsíce: leden, únor, květen, červen, září, říjen. Jak bude dále zřejmé, jsou jednotlivé četnosti článků pro jednotlivé měsíce specifické. Například v květnu analýza odhalila více článků zaměřených na problematiku přijímacích zkoušek.

Celkem jsme v Mladé frontě Dnes zaznamenali 159 článků po dobu 6 měsíců. Všechny články se zabývaly školskou problematikou, nebo tématy souvisejícími se vzděláváním. Při analýze jsme si stanovili nejvíce zastoupená témata takto:

- Právní podmínky – školské zákony, finanční problematika, RVP. a další
- Školy, vzdělávací instituce, školská zařízení – do této oblasti jsme řadili veškeré nabídky škol ke studiu, problematiku např. školních jídelen a podobně.
- Hodnocení – velké a mnohokrát diskutované téma hodnocení žáků
- Úroveň vzdělání – srovnávací studie, výzkumy
- Přijímací zkoušky - na všechny typy škol
- Ostatní témata

Tabulka č. 6: Analýza Mladé fronty Dnes

TÉMATA	MĚSÍCE						CELKEM	%
	1/05	2/05	5/05	6/05	9/05	10/05		
Hodnocení	3	2		2	3	3	13	8%
Úroveň vzdělání	1		14	3	6		24	15%
Přijímací zkoušky	12	4	1	7	2	1	27	17%
Jiná témata	1	8	8	4	4	2	27	17%
Právní podmínky	5	2	8	2	10	1	28	18%
Školy, instituce, školská zařízení	6	3	11	8	5	7	40	25%
Celkem	28	19	42	26	30	14	159	100%

Z pohledu na tabulku je zřejmé početné zastoupení jednotlivých témat, které úzce souvisí s měsícem vydání.

- V lednu se jedná především o přijímací zkoušky na střední školy, ale v tomto měsíci vychází také v příloze seznam vysokých škol. Dalším častým tématem je hodnocení v pololetí.
- Únor byl na články chudší. Prostor byl věnován především hodnocení žáků v pololetí. Musíme se však zmínit o článku, který je spjatý se školní tělesnou výchovou a je v tomto ohledu jediným. Jedná se o reakci na film Snowboard'áci o možnosti výuky jízdy na snowboardu při lyžařském výcviku. Většina učitelů přiznává, že snowboard neovládá a možnost kvalitní výuky tak chybí.
- Květen je ve znamení maturitních zkoušek, které jsme zahrnuli do úrovně vzdělání. Z ostatních témat je aktuální šikana a následné problémy šikanovaných dětí.
- Červen je opět ve znamení přijímacích zkoušek. Tentokrát na vysoké školy.
- Září je měsícem, kdy jsou probírány změny ve školském zákonu, finance ve školství a úroveň školství.
- Říjen byl početně nejchudším měsícem a nejvíce byly zastoupeny nabídky jazykových kurzů a studia v zahraničí.

Shrnutí:

Z celkového počtu 159 článků jsme zachytili pouze jeden článek týkající se školní tělesné výchovy. Již předem jsme se zmínili, že očekávat v deníku více informací ze školní tělesné výchovy nemůžeme. Proto jsme se snažili zachytit i ostatní oblasti problematiky školství. Nejvíce zastoupenou oblastí v Mladé frontě Dnes byly nabídky jazykových kurzů a rady pro výběr školy. Dále pak prezentace různých škol (25%). To přisuzujeme možnosti prezentace v největším českém deníku. Mnohokrát se probíralo téma přijímacích zkoušek (17%) a právní podmínky ve školství, školské zákony,

finance (18%). Jediným překvapením pro nás byla absence zpráv o nehodách, způsobených při výuce školní tělesné výchovy a absence jakékoli prezentace sportovní akce pro školy a žáky. Příčinou může být analýza pouhých 6 měsíců, ale také nezájem informovat o této oblasti.

4.1.2 OBSAHOVÁ ANALÝZA MODERNÍHO VYUČOVÁNÍ

Charakteristiku časopisu jsme nastínili v metodologii. Podívejme se blíže na jeho strukturu. Časopis má v podtitulku heslo: „Časopis o učitelích a jejich práci“. S tímto tvrzením musíme naprosto souhlasit. Učitelé vytvářejí podstatnou složku obsahu. Časopis nabízí velmi dobrou možnost prezentace vlastních zkušeností, výsledků, doporučení, atd. Obsahová struktura časopisu je podobně jako u TVSM celkem pevně stanovená. Není zde však tak rázné dělení do rubrik jako v případě TVSM. Pravidlem je rozhovor s odborníky z oblasti pedagogiky a psychologie. Tématem bývají současné problémy ve školství, popřípadě představení nějakých vzdělávacích projektů, organizací, atd. Velmi zajímavou je ta část časopisu, kde se prezentují sami učitelé. Prezentace probíhá formou dopisů, ve kterých se zmiňují o proběhlých akcích, projektech, soutěžích, jejich úspěších. Dále jsou to potom různé formy doporučení pro praxi, praktické návody pro výuku. Spektrum námětů je stejně rozmanité jako spektrum předmětů. Velmi hezká je i grafická úprava časopisu. Stručné tabulky, grafy a hlavně obrázky pomáhají zkvalitnit obsah celého časopisu.

Velmi praktické je tištění tzv. Zelených stran. Ty se nacházejí vždy uprostřed časopisu a dají se vyjmout. Můžeme je charakterizovat jako knihovnu metodických dokumentů pro praktickou práci učitelů. Obsahují náměty na výuku včetně praktických příkladů či ukázek. Vážou se vždy k určitému tématu.

Časopis vychází každý měsíc mimo prázdniny, tj. deset výtisků ročně. První číslo je lednové, poslední potom vychází v prosinci. Pro naši analýzu posloužily výtisky z roku 2005. Celkem jsme analyzovali 189 článků. Všechny měli souvislost se školskou tematikou, což jsme očekávali. Méně souvislosti měli články s tematikou školní tělesné výchovy. Jak jsme již zmínili spektrum předmětů bylo velmi rozsáhlé. Mimo hlavní předměty nechyběly výtvarná výchova, hudební výchova, ekologická výchova a další.

Tělesná výchova však nebyla zmíněna ani jednou. A to nejen v námětech. Jedinou zmínku o sportovní aktivitě přinesla část Napsali nám. Především v podobě úspěšně zvládnutého sportovního dne se zajímavou tematikou. Další, spíše povrchní zmínka nesouvisející se školní tělesnou výchovou, zazněla při popisování stmelovacích aktivit.

Sestavili jsme tabulku, která nám ukazuje četnost v jednotlivých číslech časopisu. Témata jsme určili takto:

- Projekty, náměty - Prezentace úspěšných projektů jednotlivých škol. Témata pro tvorbu nových projektů. Náměty pro výuku, které lze snadno použít v praxi.
- Organizace - Prezentace rozličných, především nevládních vzdělávacích organizací a jejich vzdělávacích programů
- Akce – informace, které prezentují jednotlivé školy. Výsledky, zhodnocení, další doporučení a inspirace pro jiné školy. Publikují především učitelé.
- Problematika – Aktuální pedagogicko-psychologické problémy. Rady pro řešení problémů. Dále jsme sem zařadili i mnohokrát diskutovaný školní vzdělávací program a různé problémy spojené s pedagogickou prací (klasifikace, sebehodnocení, šikana).
- Výzkumy, testování - prezentace výsledků testů OECD a jiných. Zjišťování úrovně školství, znalosti žáků.
- Recenze – nabídka nových publikací či elektronických médií
- Nabídka – nabízena byla často spolupráce, soutěže, granty, kurzy dalšího vzdělávání
- Zahraničí - inspirace zahraničním školstvím
- Historie - historie školství, typy škol

V každém vydání se objevuje rozhovor s odborníkem na aktuální téma. V tabulce je zachycen počet těchto rozhovorů v jednotlivých číslech časopisu. Tématicky jsme je zahrnuli do problematiky.

Zároveň jsme se snažili také zachytit dostupnost témat, která jsou použitelná v praxi, s nimiž může učitel hned pracovat, praktikovat ve výuce. Patřily sem různé náměty na projektovou výuku, ať z jiných škol, které mají tyto projekty již za sebou, tak náměty od organizací, které se zabývají vzděláváním. Dalšími přispěvateli byli především pracovníci pedagogických center a vzdělávacích institucí (pedagogické fakulty).

Tabulka č. 7: Analýza Moderního vyučování

TÉMATATA	ČÍSLO ČASOPISU										Celkem	%
	1/05	2/05	3/05	4/05	5/05	6/05	7/05	8/05	9/05	10/05		
Projekty, náměty	9	5	4	6	7	4	8	7	5	10	65	34%
Akce	5		1	1	4	7	2	3	4	5	32	17%
Problematika	2	9	5	8	5	5	6	9	4	2	55	29%
Výzkumy	1		1	1	1				1	1	6	3%
Organizace	1			1			2				4	2%
Recenze	1		1		2					1	5	3%
Zahraničí		3		1		1			1		6	3%
Historie					1			1	1	1	4	2%
Nabídka	1	1	5	2	1	1			1		12	6%
Celkem	20	18	17	20	21	18	18	20	17	20	189	100%
Rozhovory	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	18	10%
Užití v praxi	4	4	3	4	6	4	6	9	4	4	48	25%

Tabulka jasně ukazuje nejpočetněji zastoupená témata. Projektů a námětů na výuku bylo v jednotlivých číslech opravdu mnoho. Velkou většinu přinesli samotní učitelé a pomáhají tak kolegům v inspiraci. Následuje problematika (29%), která je velmi rozmanitá a prolíná se snad všemi problémy současné pedagogiky. Následují akce (17%), jejichž obsah opět tvoří výhradně učitelé. Zajímavých 6% tvoří nabídka především soutěží a vzdělávacích akcí. Z tabulky je zřetelné, že v každém čísle byly publikovány průměrně 2 rozhovory s předními pedagogickými odborníky. Nabízí se tak možnost konfrontace názorů a postojů pedagogů.

Co se týče využití jednotlivých námětů v praxi: Čtvrtinu námětů jsme vyhodnotili jako použitelných v praxi. Číslo se velmi blíží 34% projektů a námětů, které zpravidla obsahují inspiraci pro praxi.

Shrnutí:

Moderní vyučování je časopis, který je výborným pomocníkem pro všechny pedagogy. I učitel tělesné výchovy má druhou aprobaci, k níž zde náměty určitě najde. Z hlediska čerpání námětů pro výuku tělesné výchovy je tento časopis poměrně nevhodný. Myslíme si, že v případě zaslání příspěvků týkajících se výuky tělesné výchovy na školách (především netradiční formou), by jistě k jejich otištění došlo. Problémem zde však zůstává, že tento časopis není v široké povědomosti učitelů zejména tělesné výchovy. Časopis je vhodným médiem pro prezentaci školních sportovních úspěchů. Je tedy negativním zjištěním, že k této prezentaci nedochází.

4.1.3 OBSAHOVÁ ANALÝZA ČESKÉ KINANTROPOLOGIE

Nejprve si opět krátce popíšme strukturu časopisu. Ta není jako v předchozích případech členěna na rubriky, ale pro naše potřeby tak nazveme jednotlivé části. Časopis vychází dvakrát ročně a obsahuje tyto části:

- Výzkum a sportovní praxe – přináší především poznatky z oblasti pohybové přípravy či tréninku. Výzkumy napomáhají zkvalitnit přístupy v tréninkových procesech, při výběru talentů, atd.
- Teorie, úvahy – teoretické studie zabývající se aktuálními sportovními tématy, které ovlivňují celou společnost. Vnášejí otázky k diskusi, podněty k dalším výzkumům
- Doktorské studium – různé výzkumy studentů doktorského studia, přinášející nové poznatky
- Zprávy České kinantropologické společnosti – informuje o chystajících se akcích, přináší zprávy z kongresů

Musíme konstatovat již na začátku analýzy, že pro účely inspirace učitelů tělesné výchovy nemůže tento časopis pomoci. Velmi úzce zaměřené výzkumy, přinášejí sice nové poznatky, ale především pro trenéry a odborníky, vysokoškolské pracovníky. Ti s těmito poznatky dále pracují a přibližují je laické veřejnosti.

Pokusili jsme se o shrnutí analýzy podobně jako v předchozích případech. Tabulka č. 8 nám ukazuje jednotlivé četnosti článků podle rubrik.

Tabulka č. 8: Analýza České kinantropologie

RUBRIKY	ČÍSLO ČASOPISU			
	1/05	2/05	CELKEM	%
Výzkum a sportovní praxe	3	3	6	38%
Teorie, úvahy	1	1	2	13%
Doktorské studium	4	4	8	50%
Celkem	8	8	16	100%

Přesně polovinu (50%) zaujímají doktorské práce, nejméně se podílejí na obsahu časopisu teoretické práce a úvahy (13%).

V další tabulce jsme se snažili zaznamenat jednotlivé sporty, kterých se výzkumy týkaly. Protože se jednalo i o výzkumy, které nebyly aplikovány na žádný sport, pokusili jsme se vymezit i jejich další zaměření, tak jak jsou vidět v tabulce č. 9

Tabulka č. 9: Zaměření článků v České kinantropologii

ZAMĚŘENÍ	ČÍSLO ČASOPISU			
	1/05	2/05	CELKEM	%
Atletika	2	1	3	19%
Tenis	1		1	6%
Sportovní (pohybová) příprava	2		2	13%
Historie	1		1	6%
Pohybové dovednosti		2	2	13%
Etika		1	1	6%
Lyžování		1	1	6%
Organizace		1	1	6%
Sportovní problematika	1	1	2	13%
Fyziologie		1	1	6%
Dobrodružná TV	1		1	6%
Celkem	8	8	16	100%

Nejvíce byly výzkumy zaměřeny na oblast atletiky (19%). Jednalo se především o možnosti zlepšení regenerace a zvýšení účinnosti tréninkového procesu. Rozmanitost dokazuje hned sedminásobné zastoupení článků (6%), které jsme nemohli zahrnout do nějakého společného zaměření.

Shrnutí :

Časopis není určen pro širokou veřejnost, ale pro vědecké pracovníky. Tomu odpovídá i obsah, který je velmi odborně založen. Výzkumy procházejí celou problematikou kinantropologie. Z pohledu vyučujícího je pro praxi tento časopis nevyužitelný. V případě úzké specializace, studia trenérství, nebo navazujícího postgraduálního studia, přináší další poznatky a je vhodnou formou pro samostudium.

4.1.4 OBSAHOVÁ ANALÝZA TVSM

Struktura časopisu je pevně stanovená. Jak jsme se již zmínili, je časopis členěn na hlavní rubriky, které obsahují jednotlivé články. Úvodník (editorial) nás provede celým obsahem časopisu a krátce nám nabízí obsah jednotlivých článků. Následují rubriky:

Úvahy, náměty a projekty – popularizace poznatků, zaměřených na současnou progresivní praxi ve školní tělesné výchově a sportu mládeže, školní vzdělávací programy

Typy na pomoc praxi – didaktické problémy školní tělesné výchovy, sportovního tréninku mládeže

Výzkum odpovídá, nabízí – popularizace výzkumných nálezů se zřetelem na jejich využití v praxi

Zajímavosti, zprávy – významné informace o různých kongresech, seminářích a jiných událostech, historická ohlédnutí, nabídky dalšího vzdělávání

Recenze – inovační podněty z domácí a zahraniční knižní produkce

Napsali nám – dopisy čtenářů, kritické ohlasy na články

Několikrát jsme se setkali s tím, že poslední strany jsou věnovány pozvánkám na vzdělávací semináře a recenzím nových publikací.

Celkem jsme analyzovali 8 vydání z roku 2005. Zachytili jsme celkový počet 95 článků. Tabulka nám ukazuje kolik článků obsahovaly rubriky v každém čísle. Zároveň jsme se pokusili postřehnout použití nákresů, grafů, obrázků. Stejně tak nás zajímala možnost využití zmíněných tipů pro praxi učitelů školní tělesné výchovy. Hodnotili jsme především nabídku praktických cvičení (průpravná cvičení a hry), nákresy a celkovou srozumitelnost a využitelnost v prostředí školní tělesné výchovy.

Tabulka č. 10: Analýza TVSM

RUBRIKY	ČÍSLO ČASOPISU								CELKEM	%
	1/05	2/05	3/05	4/05	5/05	6/05	7/05	8/05		
Úvahy, náměty	3	2	2	2	2	2	2	2	17	18%
Typy pro praxi	5	6	7	6	6	6	5	6	47	49%
Zprávy, zajímavosti	1	3	2	2	2	2	3	3	18	19%
Výzkum		1	1	1	1	1		1	6	6%
Recenze		3			1	1			5	5%
Napsali nám	1	1							2	2%
Celkem	10	16	12	11	12	12	10	12	95	100%
Nákresy, obrázky	1	3	3	4	3		3	3	20	21%
Užití v praxi ŠTV	2	3	2	4	3	1	3	4	22	23%
Procenta užití	20%	19%	17%	36%	25%	8%	30%	33%	23%	

Z tabulky je patrná převaha rubriky Typy pro praxi (49%). Obsahově je tato rubrika rozporuplná. Většina témat v této rubrice je určena především pro trenéry či odborníky v daném sportovním odvětví. Výkonnostní tabulky, mnohdy doplněné odbornými texty a názvy, nemůžou přilákat oči učitele tělesné výchovy. Samozřejmě se našla témata velmi vhodná pro výuku ve školní tělesné výchově. Ta jsou ostatně znázorněna na konci tabulky. Příkladem může být článek Z. Valjenta: Florbal –

nejprogresivnější sportovní odvětví současnosti. Krátká historie, seznámení se základními pravidly a mnoho průpravných cvičení a her doplněných nákresy. Jistě bychom se mohli inspirovat z tohoto článku nejen na jednu hodinu.

Zprávy a zajímavosti 19% jsou druhým nejfrekventovanějším tématem. Velmi nás zaujala prezentace netradičních her z knihy F. Táboorského. Znovu výborná inspirace do hodin tělesné výchovy, ale třeba i na školní výlety. Zahrnuli jsme sem i několik pozvánek na semináře v rámci dalšího vzdělávání.

Úvahy, náměty 18% se specializují za přispění L. Dobrého na trénink a sportovní přípravu mládeže. Pochopení fyziologických zvláštností dospívajícího organismu je pro učitele tělesné výchovy základem, stejně jako pro trenéry. Zajímavé jsou i glosy S. Herziga. Ty se věnují současným pedagogickým problémům spojeným s tělesnou výchovou.

Výzkum, další zajímavá rubrika. Pro pedagogy spíše nevyužitelná. Z pohledu trenéra významná pouze v případě možnosti aplikace do svého sportovního odvětví.

V několika číslech se představily publikace se sportovní tematikou (5%).

Poněkud zbytečnou se nám zdá rubrika Napsali nám. Pouhá 2% jsou zanedbatelná pro zřízení samostatné rubriky. Je potřeba zjistit, jakými podněty donutit pedagogy více reagovat na otištěné články.

Nákresy a obrázky zaujímaly celkem (21%), což považujeme za nedostatečné vzhledem k rozsahu praktických doporučení. A to nejen z hlediska školní tělesné výchovy. I trenéři pochopí jednotlivá doporučení, výsledky, výkonnosti snáze díky nákresům, grafům, tabulkám.

Užití v praxi školní tělesné výchovy (23%) je také neuspokojivé, vzhledem k odebrání časopisu mnoha pedagogy tělesné výchovy. Je třeba dodat, že tato hodnota může být zkreslena subjektivním hodnocením obsahu článku. Specifika a body, podle kterých jsme hodnotili využitelnost, jsme již zmínili.

V další části nás zajímala distribuce a rozmanitost sportovních odvětví, která se objevila v člancích. Nesoustředili jsme se již na rubriky, ale na samotné sporty.

Znamená to, že jsme sem zahrnuli i články teoretické. Zajímalo nás, jaké sporty se v člancích nejčastěji objevují.

Tabulka č. 11: Podíl sportů v TVSM

SPORTY	ČÍSLO ČASOPISU								CELKEM	%
	1/05	2/05	3/05	4/05	5/05	6/05	7/05	8/05		
Plavání		4	5				1		10	20%
Basketbal	1			2				1	4	8%
Fitness	1	1	1	1			1	1	6	12%
Úpoly	1								1	2%
Rocken-roll		1	1	1				1	4	8%
Netradiční hry		1	1	2	1		1	1	7	14%
Gymnastika		1	1						2	4%
Florbal				1					1	2%
Vodní slalom					1				1	2%
Fotbal					4	4			8	16%
Házená						1			1	2%
Volejbal							1	1	2	4%
Snowboard							1		1	2%
Futsal								1	1	2%
CELKEM	3	8	9	7	6	5	5	6	49	100%

Nejvíce obsahu zaplnilo plavání (20%). Z učitelského pohledu poněkud zvláštní. I přes několik zajímavých námětů, jež by se daly výborně využít, nemá mnoho českých škol možnost zahrnout plavání do osnov tělesné výchovy.

Fotbalová tematika (16%) obsahovala mnoho článků teoretických a použitelných ve speciálním tréninku.

Netradiční hry (14%) je pozitivním zjištěním. Dokáží výborně zpestřit výuku, zároveň motivují žáky k činnosti. Oceňujeme, že v každém článku je krátké seznámení s pravidly.

Články s tematikou fitness se pravidelně objevovaly téměř v každém čísle. Tím získalo toto odvětví poměrně silné zastoupení (12%). Přesto, že se jedná o nové progresivní sportovní odvětví, chyběly nám v obsahu náměty pro cvičení, nákresy.

Výzkumná část se ve velké míře věnovala tématu mladých rocken-rollistů. Pokud se vrátíme k charakteristice této rubriky (výzkumných nálezů se zřetelem na jejich využití v praxi), zjistíme u tohoto tématu malou použitelnost v praxi. Tyto články tak poslouží pouze trenérům rocken-rollu.

Velmi hezké náměty jak pro trenéry, tak v menší míře pro učitele přinesly články věnující se basketbalu (8%). Schematické nákresy a množství průpravných her mohou pomoci v inspiraci.

Další sporty byly zastoupeny velmi málo. Jednalo se především o sportovní hry a gymnastiku.

Shrnutí:

Tělesná výchova a sport mládeže vyšel z obsahové analýzy jako nejvhodnější časopis pro učitele tělesné výchovy. Je však stále patrné, že není určen právě a jen pedagogům, nýbrž i trenérům, kteří zde také čerpají inspiraci. Můžeme konstatovat, že trenéři zde naleznou více námětů a inspirace než samotní učitelé. Zmínili jsme již možnost subjektivního hodnocení využitelnosti v praxi. To samozřejmě může ovlivnit výsledky. Je těžké dávat rady, ani to není předmětem této práce. Myslíme si však, že rubrika napsali nám je velmi hrubě nevyužitá. Stálo by zapřemýšlet o tom, jak více zapojit pedagogy ke spolupráci. I tak si zaslouží časopis uznání, že i přes ekonomické problémy vychází již tolik let.

4.2 INTERPRETACE A VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Od března do konce června jsme provedli dotazníkové šetření. Po sestavení dotazníku, jsme jej převedli do elektronické podoby v podobě internetové stránky. Poté jsme výše uvedenou formou oslovili dostatečný počet respondentů. Některé výsledky jsme zaznamenali do tabulek a následně do grafů, jiné pouze slovně okomentovali. Vyhodnocení otevřených otázek mělo charakter analytické práce s textem a zjišťování frekvence pojmů. Z výsledků jsme vyvodili závěry. Vzhledem k faktu, že náš dotazník

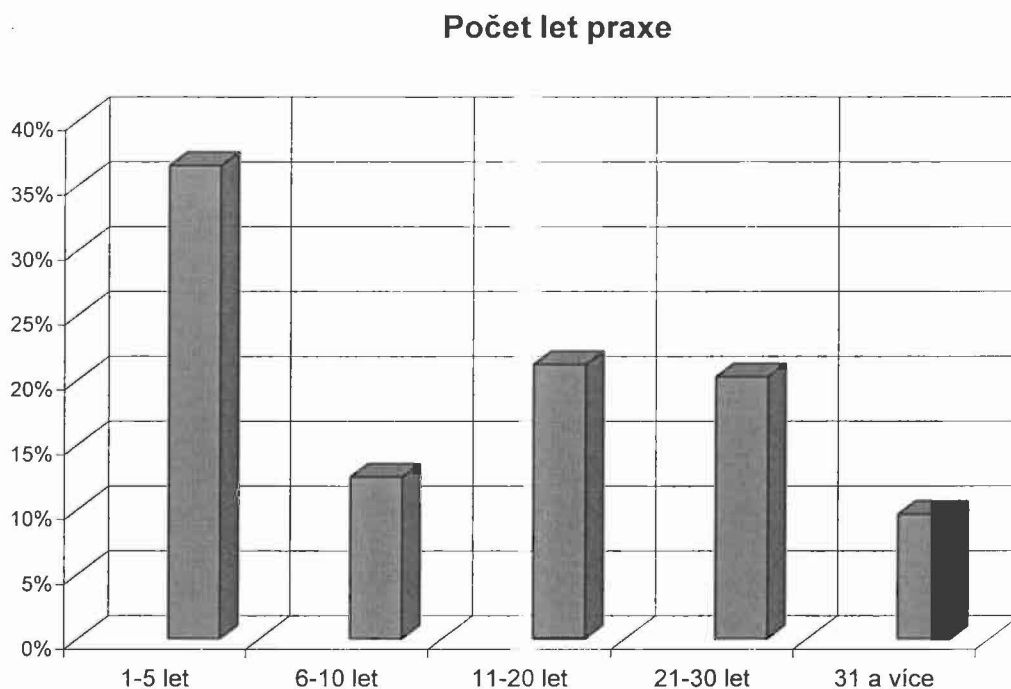
není standardizovaný, nemohou být závěry zobecňovány. Dotazník v plné podobě je v příloze.

Dotazník sestával ze 13 otázek, mezi nimiž byly 4 otázky otevřené. V nich odpovídali respondenti vlastními slovy.

4.2.1 UČITELÉ TV ZŮČASTNĚNÍ VÝZKUMU

Celkem jsme získali data od 104 respondentů. Mezi nimi převládali muži (58) nad ženami (46). Tento ukazatel je velmi zajímavý, vzhledem k současné feminizaci školství. Vysvětlení lze najít ve formě oslovení respondentů e-mailem.

V odpovědi na věk respondentů, respektive na délku jejich praxe, byly zjištěny také zajímavé rozdíly, které lze přisoudit elektronické formě doručení. Následující graf č.1 znázorňuje počet let praxe.



Graf č. 1: Počet let praxe ve škole

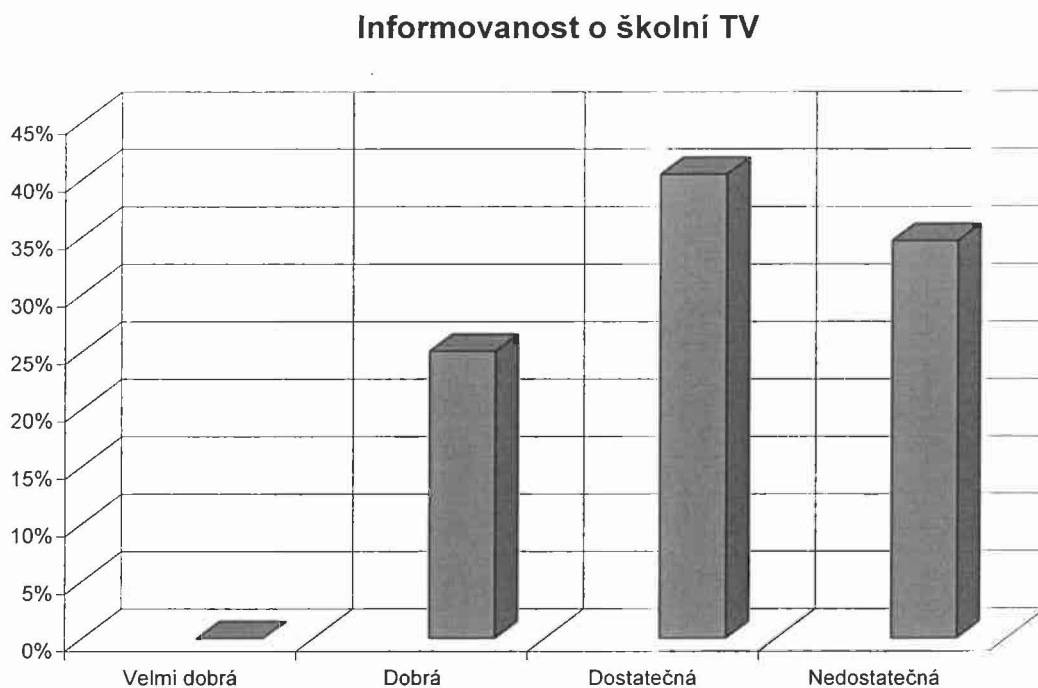
Z grafu je zřejmé, že elektronická podoba oslovila nejmladší pedagogy.

I přes oslovení pedagogů základních i středních škol stejnou cestou jsme mohli těžko očekávat rovnoměrný podíl. Dotazník vyplnilo **50** učitelů základních a **54** učitelů středních škol.

4.2.2 MÉDIA A JEJICH MOŽNOSTI ROZŠÍŘOVAT OBZORY

Dvě otázky dotazníku zjišťovaly možnosti rozšiřování vědomostí pedagogů v jejich oboru za pomoci na trhu dostupných médií. Zároveň zjišťovaly povědomost pedagogů o nabídce médií, která se zaměřují na problematiku tělesné výchovy. Další otázka ukazuje, jakými médii jsou prezentovány úspěchy pedagogů ve sportovních soutěžích.

Následující graf č.2 uvádí názor pedagogů na informovanost české společnosti o školní tělesné výchově.

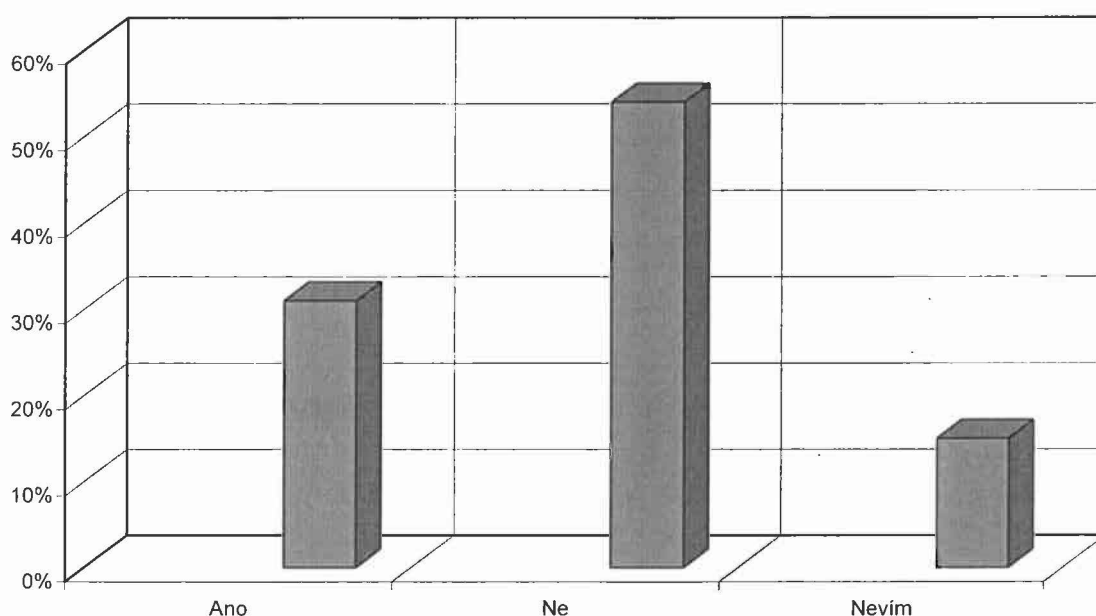


Graf č.2: Informovanost o školní tělesné výchově

Velmi dobrou informovanost veřejnosti o tom, jak se vyvíjí školní tělesná výchova neuvedl žádný učitel, za dobrou a dostatečnou ji považuje 25% respektive 40% respondentů. Ale až 35% učitelů si myslí, že je nedostatečná. Vzhledem k tomu, že je to více než 1/3 respondentů, je toto zjištění závažné.

Další otázka zkoumala nabídku médií, která se zabývají školní tělesnou výchovou, případně slouží k dalšímu vzdělávání učitelů.

Je na trhu dostatek médií

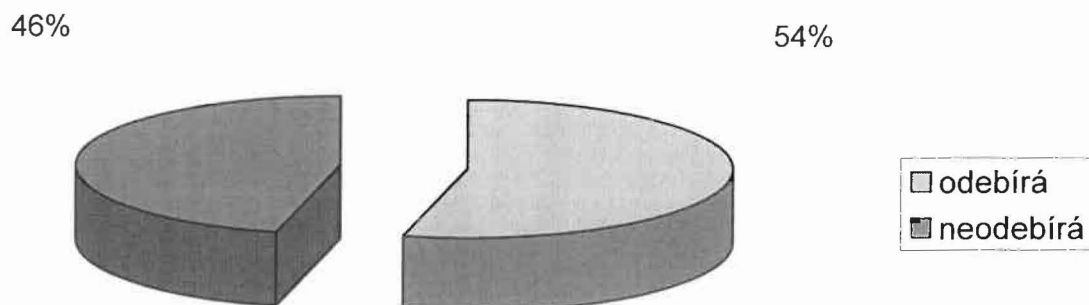


Graf č.3: Média ve vztahu k TV

Graf č. 3 ukazuje, že 54% učitelů chybí dostatek médií na českém trhu. Dokonce 15% učitelů neví o současné nabídce médií na českém trhu, které se zabývají tělesnou výchovou.

Nedílnou součástí další motivace učitele v práci je prezentace jeho úspěchů. V našem případě většinou prezentace úspěchů dosažených na nejen meziškolních sportovních soutěžích. Z obsahové analýzy jsme zjistili, že výborným časopisem pro prezentaci úspěchů je Moderní vyučování. Naši respondenti měli na výběr několik médií s různou působností: celostátní, regionální, školní.

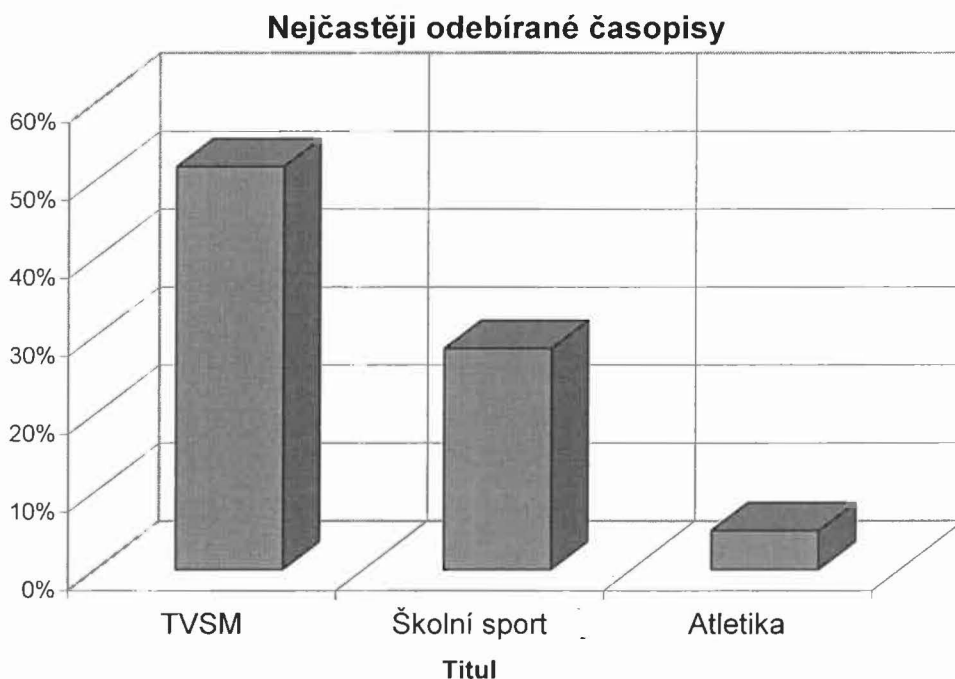
Odebírání časopisů



Graf č.4: Odebírání časopisů

Celkem 56 (54%) oslovených pedagogů odebírá pravidelně nějaký odborný časopis, věnující se problematice školní tělesné výchovy. Zbylých 48 (46%) pedagogů neodebírá pravidelně žádný časopis. Číslo blížící se 50% je až příliš vysoké. Nad příčinami se pozastavíme v závěrech.

V případě odebírání měli respondenti uvést, jaký časopis pravidelně čtou. Následující graf znázorňuje nejčtenější odebírané časopisy.



Graf č.5: Počet a druh pravidelně nejčastěji odebíraných časopisů

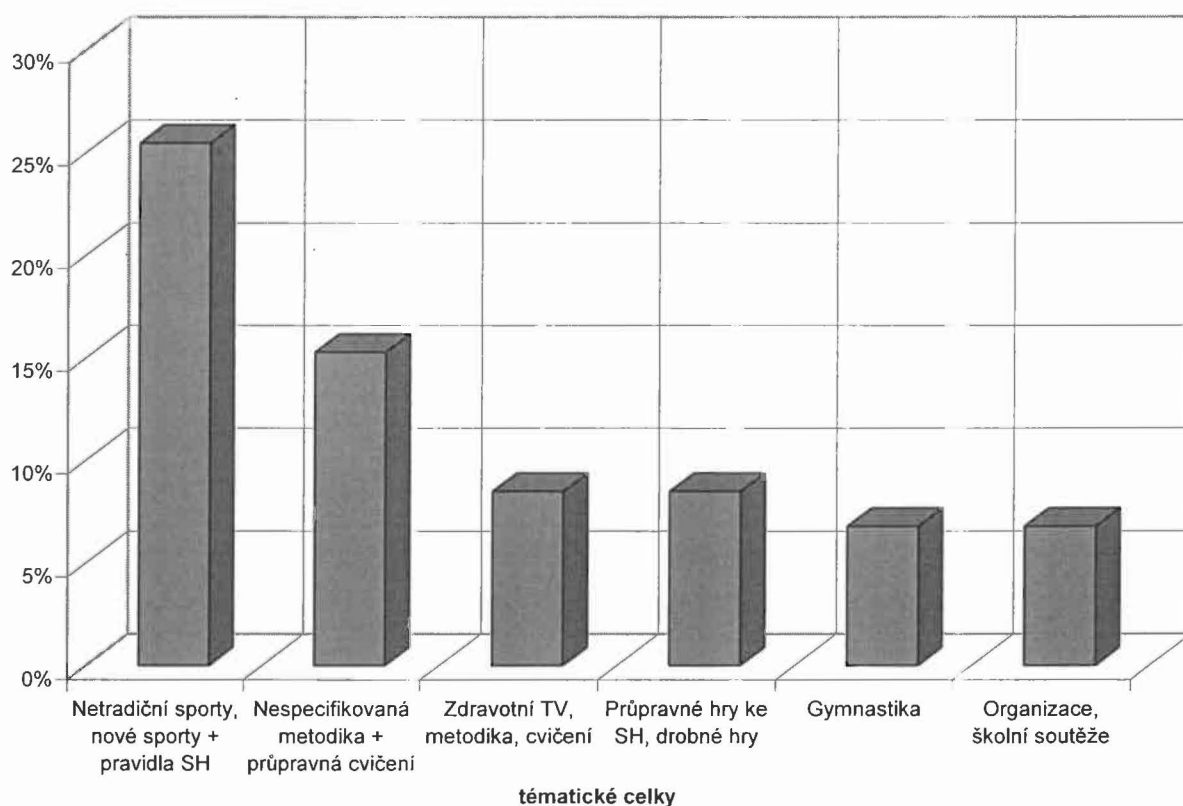
Nejčastěji odebíraným časopisem je Tělesná výchova a sport mládeže. Z obsahové analýzy tohoto časopisu jsme zjistili, že v současné době je na trhu jedním z nejlepších pravidelně vycházejících médií s obsahem zaměřeným na praxi v tělesné výchově. Navíc má dlouholetou tradici, a tak jej spousta škol odebírá pravidelně již řadu let. Dalším časopisem je Školní sport. Je jistě škoda, že jsme se tomuto médiu nevěnovali v obsahové analýze. Následující časopisy jsou sice odborné, ale věnují se především samotným sportovním odvětvím. Je to atletika, volejbal, tenis a další. Můžeme předpokládat, že je odebírají školy se zaměřením na tato odvětví, nebo pedagogové, kteří zároveň trénují.

Další otázka. Využíváte náměty prezentované tištěnými médii v praxi? Pravidelně využívá náměty pouze (6%) pedagogů. Některá témata využívá většina oslovených (84%). Žádné náměty neuvedlo (11%) pedagogů. Již z obsahových analýz je zřejmé, že pravidelně využívat náměty příliš nelze. V odpovědi na otázku je špatně

definován pojem pravidelnosti. Někteří respondenti mohou chápat pravidelnost v průběhu školního roku. My jsme měli spíše na mysli každý nový námět ihned praktikovat.

Při procházení odbornými časopisy nebo jinými médii, určitá témata pro praxi nalezneme, jindy nám některá naopak chybí. Otázka č.8 se zabývá chybějícími tématy. Odpověď byla volná, a proto jsou v grafu opět jen nejčastěji se vyskytující odpovědi, které jsme se pokusili utřídit do podobných tematických celků.

Nejčastěji chybějící témata



Graf č.6: Nejčastěji chybějící tematické celky

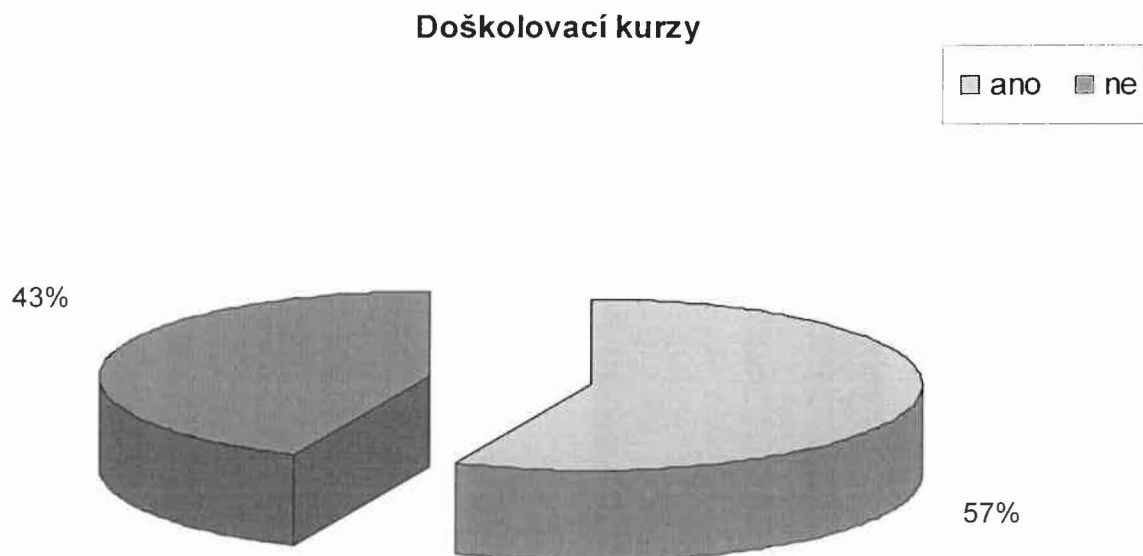
Nejvíce pedagogům schází znalosti z odvětví sportovních her. Jsou to především nová nebo upravená pravidla sportovních her. Dále pak nová sportovní odvětví a taktéž jejich pravidla. Příkladem může být např. korfbal, softball a mnoho dalších. 9 odpovědí jsme museli zařadit do nespecifikovaných cvičení a metodiky. Sem jsme zařadili odpovědi typu: metodické zkušenosti z výuky, didaktika TV, metodické články atd. Neméně chybějícím tématem je zdravotní TV, její didaktika a nabídka různých cvičení. Zdravotní TV chybí osloveným pedagogům stejně jako náměty pro rušnou část a průpravné hry rozmanitých sportovních her. Zajímavostí pro nás je požadování teorie sportovního tréninku mládeže. Z obsahové analýzy TVSM víme, že v roce 2005 byl trénink mládeže jedním z hlavních témat tohoto časopisu.

4.2.4. SEBEVZDĚLÁVÁNÍ PEDAGOGŮ

Ptali jsem se na účast na doškolovacích akcích. Zařadili jsme sem i účast na sportovních akcích, která je důležitá pro získávání zkušeností do praxe.

Většina tělovýchovných pedagogů se se svými žáky pravidelně účastní sportovních akcí pro ně určených. Z celkového počtu 104 respondentů je to celých 93, tj. 89%. Doufejme, že ostatních 11% se účastní alespoň nepravidelně. Meziškolní sportovní akce jsou důležitým činitelem při získávání dalších zkušeností a v dalším vzdělávání.

V naší práci jsme se několik kapitol věnovali dalšímu vzdělávání učitelů. Jak jsou na tom námi oslovení respondenti? Podaří se nám potvrdit stanovené předpoklady?



Graf č.8: Pravidelná účast na doškolovacím kurzu

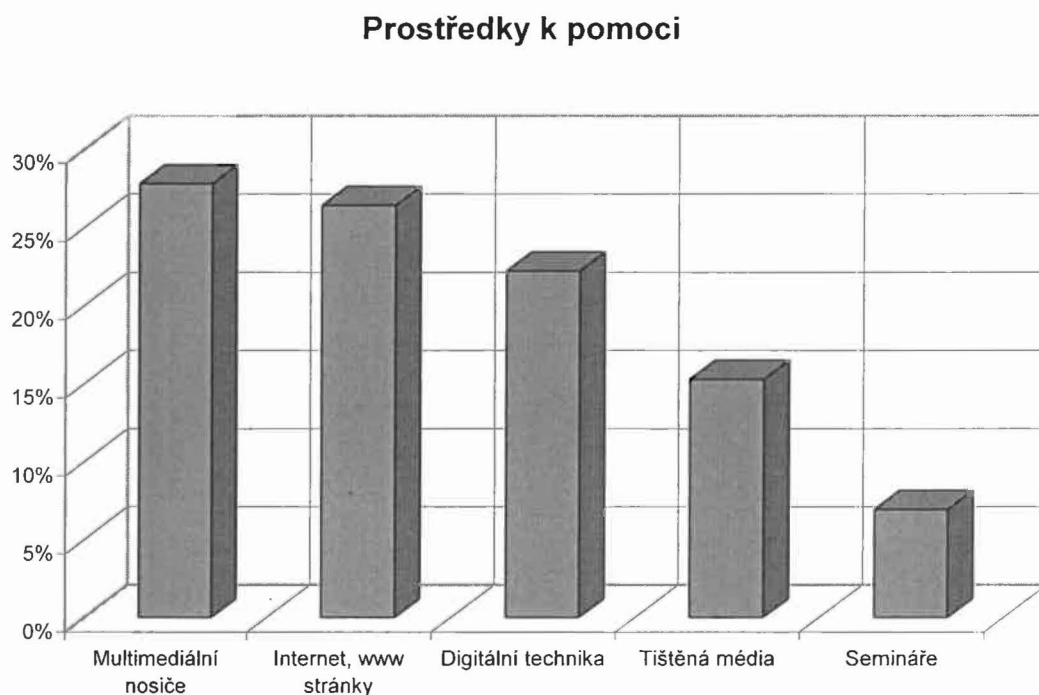
Pravidelně se doškolovacích kurzů účastní 59 respondentů tj. 57%. Tento počet jistě není uspokojující, a jak je vidět z množství chybějících témat, nebylo by špatné využívat této možnosti ve větší míře. Víme však, že prostředky pro další vzdělávání učitelů některých škol jsou velmi střídmé. Dvojnásob to platí pro učitele tělesné výchovy, kteří mnohdy potřebují praktické kurzy s patřičným vybavením (lyžařský výcvik, plavecké kurzy, atd.).

4.2.5. NÁMĚTY NA POMOC PRAXI

V závěrečných otázkách jsme se snažili zjistit, jak by si pedagogové představovali případnou pomoc pro praxi, co by rádi změnili oproti současnému stavu, která témata jsou pro ně hlavní.

Poslední dvě otázky byly otevřeného rázu. Respondenti měli sami zvážit, co by jim pomohlo zkvalitnit výuku. Jaký prostředek by jim nejlépe pomohl dále se rozvíjet a

s kým by chtěli zlepšit spolupráci. Stejně jako u předchozích otevřených otázek vybíráme nejvíce zastoupené odpovědi. Ty jsou znázorněny v grafech č.9, 10, 11.

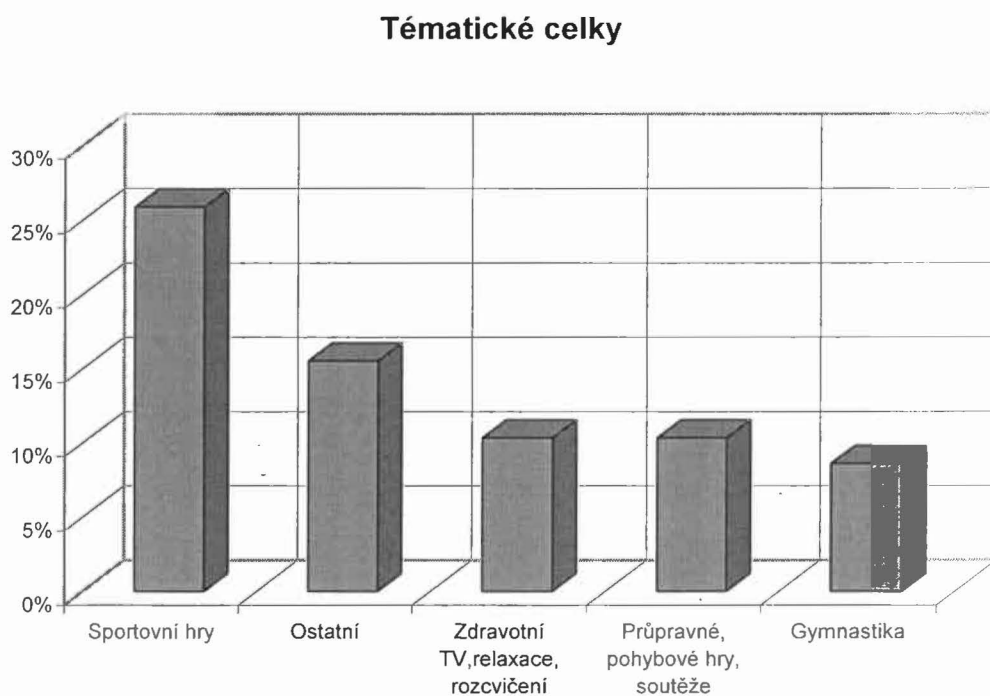


Graf č.9: Prostředky k pomoci ve výuce

Z výsledků je vidět, že dnešní moderní doba si žádá moderní technologie a to především multimediální nosiče. Tím myslíme CD, DVD, ale i starší videokazety. Respondenti měli na mysli především metodiku, příklady cvičení atd. Stejně jako multimediální nosiče je v popředí zájmu internet. Především pak vznik speciálně zaměřených webových stránek pro učitele tělesné výchovy. Další místo obsadila digitální technika, do které jsme zařadili i televizi a rozhlas. Mnoho pedagogů by uvítalo kameru pro následný rozbor na televizi. Poněkud fantasticky zní zřízení televizního programu pro učitele TV.

Témata, která by učitelé ocenili nejvíce jsou znázorněna v následujícím grafu. Vzhledem k různorodosti odpovědí jsme si podobně jako u otázky 8 stanovili tematické

celky. Odpovědi byly zčásti shodné s otázkou č.8. Proto jsou zčásti shodné i tématické celky.



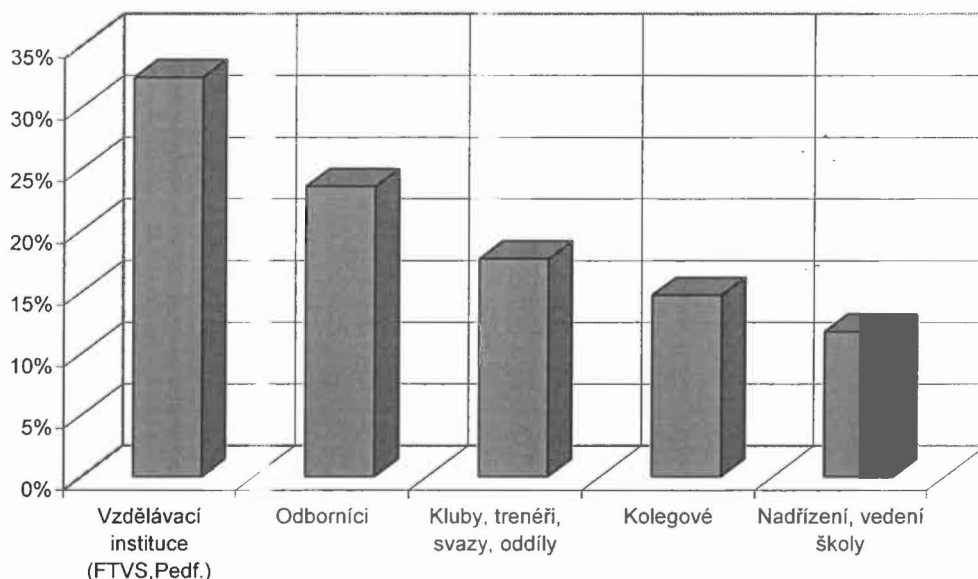
Graf č.10: Témata napomáhající zkvalitnit výuku

Učitelé TV by si přáli, aby časopisy informovaly více o sportovních hrách, především pravidlech či novinkách v pravidlech. Do tohoto celku jsme zařadili i jednotlivé sportovní hry. Např.: florbal, volejbal, basketbal. Je třeba specifikovat další nejvíce zastoupený celek – ostatní. Do tohoto celku jsme zařadili požadavky na tato témata: posilování, bezpečnost, plavání, cvičení s overbally, rámcový vzdělávací program, bojové sporty, aerobik, strava a zkušenosti kolegů. Celek ostatní je tedy velmi rozmanitý. A tak řekněme, že druhým nejvíce požadovaným tématem je zdravotní tělesná výchova, cvičení, strečink. Následují přípravné, pohybové hry a soutěže. Několikrát je zmiňována i gymnastika, především záchrana při cvičení.

Zkvalitnit výuku i vlastní vědomosti jde mnoha způsoby. Jedním z nich je spolupráce. Respondenti měli uvést, s kým by chtěli zlepšit, zavést spolupráci. Opět se jedná o volné odpovědi. Pro přehlednost odpovědí byly stanoveny tyto skupiny:

- Instituce – zařadili jsme fakulty (FTVS, Pedagogickou fakultu), jiné školy, MŠMT, ČSTV.
- Odborníci – lékaři, psychologové, koordinátoři
- Kluby, oddíly, svazy, trenéři
- Kolegové
- Nadřízení a vedení školy

Spolupráce



Graf č.11: Spolupráce zlepšující výuku TV

Nejvíce si respondenti vyžádali spolupráci ze strany institucí. Překvapivě nedostatek spolupráce vidí i s odborníky, nejvíce lékaři. Nedokážeme říci v jakém směru si představují spolupráci s lékaři, ale domníváme se, že se jedná o uvolňování

žáků z tělesné výchovy. Velmi často je žádaná spolupráce s kolegy. Ať ze stejné nebo jiné školy. Překážky leckdy také klade vedení školy, nadřízení nebo finance.

Poslední otázka měla za úkol zjistit, zda se respondenti samovzdělávají ve svém oboru. Měli napsat jaký článek je v poslední době zaujal. Odpovědi byly různé, a přesto hodně učitelů není schopno uvést článek, na který by si vzpomněli. Z uvedených odpovědí uvádíme:

Didaktika carvingových oblouků

Četnost obezity v ČR

Nový německý fitness test

Motivace dětí a jejich vztah k pohybovým aktivitám

Přehledné informace o prvkovém plavání a tréninku mladých plavců

Nedostatek zdravotní TV

Finanční situace sportovců

Shrnutí:

Závěrem bychom se rádi pozastavili nad některými výsledky a pokusili se najít jejich příčinu. Je třeba zdůraznit, že k výzkumu jsme použili nestandardizovaný dotazník, a tak nemůžeme ověřit validitu výsledků. Přesto jsme došli k několika zajímavým zjištěním. Dotazníkem jsme se pokusili oslovit všechny pedagogy bez rozdílu věku. Jak jsme se již zmínili, uvedená cesta oslovení a forma oslovení zapříčinily, že věkově převažovali mladší pedagogové. Tím více se dala očekávat, s ohledem na jejich relativní nezkušenost, zvýšená potřeba čerpat informace a dále se vzdělávat. To se neověřilo, neboť více než polovina oslovených se neúčastní žádných doškolovacích akcí. Je třeba spoléhat na to, že tyto pedagogové si jsou schopni potřebné informace vyhledat.

Nejčastěji postrádané informace, týkající se školní tělesné výchovy, jsou sportovní hry. Především jejich pravidla, novinky, nové sportovní hry. Myslíme si, že existuje spousta dostupných publikací, které se zaměřují na sportovní hry, jejich

pravidla a nové sporty. Ovšem v námi nabízených a analyzovaných médiích se opravdu těmto tématům příliš nevěnují. Mezi prostředky, které by mohli pomoci zkvalitnit výuku, obsadila první pozice moderní technika. Dnešní svět si ji žádá a žádají si ji i učitelé. Ti preferovali především multimédia, ze kterých by si potřebné informace zjistili. V tomto ohledu je pravdou, že elektronických, či multimediálních pomůcek k výuce tělesné výchovy je velmi málo. Stejným problémem je na našich školách použití digitální záznamové techniky. Myslíme především video, které je výbornou didaktickou pomůckou. V mnoha případech se stává i motivačním prvkem. Podmínky českého školství umožňují použití této techniky opravdu skromně. O jejím používání víme pouze na sportovních školách. A to většinou nejde o záznam při hodině, nýbrž při specializovaném tréninku.

Trenéři i učitelé si myslí, že jejich práce se může zkvalitnit, pokud se zkvalitní spolupráce se vzdělávacími institucemi, především s vysokými školami, které připravují budoucí kolegy, pedagogy. Jsou to instituce, které provádějí nejnovější výzkumy, zavádějí nové metody a určují směr, kterým se bude školní tělesná výchova ubírat.

Nejčastěji odebíraným časopisem je Tělesná výchova a sport mládeže. Můžeme říci, že se jedná o jediný časopis svého druhu. Možná by stálo za pokus začít provozovat jeho internetovou podobu, nebo spíše vytvořit konkurenci v podobě internetových stránek. Myslíme si, že navozením diskuse na některé náměty, rady a problémy bychom zkvalitnili spolupráci pedagogů. Vyvolat diskusi v tištěném médiu, které vychází periodicky každý měsíc, se zdá nemožné.

5. DISKUSE:

V dnešním světě slýcháme ze všech stran, že děti mají akutní nedostatek pohybové aktivity. Díky těmto nedostatkům se velice daří civilizačním chorobám, kterými jsou obezita, poruchy oběhového systému, celková slabost organismu a mnoho dalších. Díky těmto tvrzením bychom čekali, že školní tělesná výchova se stane důležitým činitelem při prevenci těchto onemocnění. Dostatek pohybu v rámci školy, kompenzace od věčného sezení v lavici, spojený s emočním prožitkem. Stále je však nepsaným standardem odsouvat tělesnou výchovu. V dnešních školách jsou na „prvních“ pozicích jazyky, informatika popřípadě výtvarné činnosti.

Často tak trpí školní tělesná výchova na nedostatek kvalitních pomůcek a materiálu. S těmito problémy se potýkají samozřejmě také zprostředkovatelé výchovného procesu, učitelé TV. I přes nedostatek pomůcek a materiálního zabezpečení může učitel připravit zajímavou hodinu, využít přírody či jiného náčiní, dostatečně motivovat žáky. Ale i učitel je člověk a nemá nevyčerpatelnou „studnici“ nápadů a inspirace. Časté opakování vyučovacích hodin s podobným námětem nevede k motivaci žáků. V těchto případech by měl učitel mít možnost najít potřebnou inspiraci. Jak inspiraci hledá a zda se mu daří ji najít, bylo předmětem naší práce. Nezaměřili jsme se jen na učitele, ale i na stranu, která tyto informace nabízí. V našem případě tisk, především odborný.

Pomocí obsahové analýzy zvolených tištěných médií jsme se snažili odpovědět na část vědecké otázky: je nabídka témat odborných tištěných médií schopna kvalitně rozšiřovat znalosti a vědomosti pedagogů a pomáhá řešit aktuální pedagogické problémy?

Nejprve se blíže pozastavme nad zvolenými médii. Mezi nimi je i jeden deník (MFD), který nemůžeme klasifikovat jako odborné médium. Je totiž adresován široké veřejnosti. V naší práci nás však zajímal celkový mediální obraz. A proto jsme zjišťovali, o jakých informacích z oblasti školství a školní tělesné výchovy se dozvídá veřejnost. Díky rozdílnosti každého sledovaného média nebylo možné vytvořit jednotící prvky analýzy. V každém médiu se objevovala jiná témata. Některé výsledky se pokusíme porovnat s výzkumem, který provedla ve své DP Eva Pospíšilová (2003)

Deník Mladá fronta Dnes nejvíce informoval o vzdělávacích organizacích. A to vládních i soukromých. To se dalo předpokládat, protože takovou prezentaci můžeme označit jako inzerci. A inzerce je důležitým příjmem deníků. Mnohokrát zmiňované téma přijímacích zkoušek bylo početné zřejmě i díky zvoleným měsícům, které jsme analyzovali. V roce 2001 přinesl deník pouze 4 články týkající se škol nebo školských zařízení. Tento nárůst můžeme přičíst ke vzniku přílohy Vzdělání.

Moderní vyučování bychom ohodnotili, jako časopis věnující se aktuálním pedagogicko-psychologickým problémům. Velmi často prezentuje práci učitelů a přináší dostatek námětů pro výuku. Jediné negativum, které jsme již zmínili, je absence jakéhokoliv námětu pro výuku tělesné výchovy. Kladně hodnotíme i elektronickou podobu časopisu, která však neobsahuje Zelené strany. Myslíme si, že časopis je vhodný i pro prezentaci sportovních úspěchů a rovněž při zaslání nějakého sportovního projektu dojde k jeho prezentaci. Zde je však otázkou, zda učitelé TV mají o tomto časopisu povědomí. Problematice se v roce 2001 věnoval časopis v 49/270 případech. V našem případě plných 55/189 článků. Poměrem k celkovému počtu článků vidíme, že v našem případě je problematika mnohem frekventovanější. Můžeme se domnívat, že počet článků ohledně pedagogických problémů bude nadále mírně stoupat. V roce 2001 se v MV objevily 3 články týkající se tělesné výchovy. Jednalo se v č. 10/2001 o netradiční aktivity využívající sportovní náčiní a náradí, v č. 8/2001 koordinační cvičení formou hry. V č. 4/2001 nabízeli možnosti her v jízdě na kole pro 4. a 5. třídu ZŠ. Je tedy vidět, že v případě nějaké formy příspěvku dojde k jeho prezentaci. Nám se bohužel žádnou zachytit nepodařilo. Zajímavý ukazatel je v informacích o vzdělávací literatuře (Pospíšilová), my jsme je označili jako recenze. V roce 2001 81/270 zmínek o literatuře. V našem případě pouze 5/189. Nedokážeme si vysvětlit takové snížení recenzovaných publikací. Opačný růst sledujeme v tématickém celku akce. Zatímco v roce 2001 MV zveřejnilo 5/270 akcí., tak v roce 2005 zveřejnilo 32/189 akcí. Tento tématický celek se stal v roce 2005 podstatnou součástí časopisu a ukazuje tak současný vývoj časopisu a sice ztotožnění se s pedagogy.

Tělesná výchova a sport mládeže (TVSM). Odborný časopis určený učitelům tělesné výchovy a trenérům. Na jednu stranu nás těší přítomnost takového média, které se zajímá o práci učitelů tělesné výchovy, na druhou stranu musíme konstatovat, že

v něm pro svou práci najdou více námětů stále trenéři. Bylo by bezpochyby zajímavé provést dlouhodobější analýzu tohoto média a zjistit tak směr, kterým se ubírá. Zda dochází ke zvyšování počtu praktických námětů, atd. Již jsme nastínili, že rubrika Napsali nám zůstala v roce 2005 naprosto nevyužitá (2%). Otázkou zůstává, jak navést učitele do diskuse? Jak je donutit přispívat? Možnou formou se jeví diskusní internetový portál.

Dvě čísla ročně a celkový počet 16 článků. To je časopis Česká kinantropologie. Jediný časopis, který přináší původní výzkumy a je určen odborníkům z oblasti kinantropologie. Analyzovat tento časopis podobně jako TVSM bylo nemožné. Všechny články bychom museli zařadit do výzkumu. Snažili jsme se alespoň postřehnout, čeho se výzkum týkal. Obsah byl velmi odborný, předpokládá se, že čtenář bude blíže zasvěcen do problematiky. Z hlediska učitele na ZŠ nebo SŠ nepřináší tento časopis do výuky nic.

Z hlediska výzkumu je důležité analyzovat i příjemce, kterému jsou informace určeny. U nás tyto příjemce tvořili učitelé tělesné výchovy, jejichž spokojenost s nabízenými tématy jsme zjišťovali pomocí dotazníku. Pokusme se opět některé výsledky porovnat s výše uvedenou diplomovou prací a získaných dat z roku 2003. Pomocí internetu se nám podařilo oslovit poměrně mladou generaci učitelů (1-5 let praxe). Až 1/3 pedagogů si myslí, že česká veřejnost je nedostatečně informována o školní tělesné výchově. Při obsahové analýze MFD se nám tento fakt bohužel potvrdil. V tisku, který je určen veřejnosti, byla jediná zmínka o školní tělesné výchově a učitelích. A to v souvislosti s tím, zda jsou schopni vyučovat jízdu na snowboardu.

Celých 15% učitelů neví o současné nabídce odborných médií na českém trhu. Zde můžeme brát v úvahu pouze jednu obhajobu. Tou je „relativní“ nezkušenost mladých učitelů. Ale na druhou stranu by se měli s těmito médii setkat při studiu. Pospíšilová (2003) uvádí, že více než 1/3 učitelů je nespokojena s informovaností v oblasti odborných tiskovin.

Nejčastěji odebírají učitelé a školy TVSM, následuje Školní sport a Atletika. Můžeme tedy jen litovat, že jsme do obsahové analýzy nezahrnuli i Školní sport. Ta by jistě přinesla další zajímavé poznatky.

46% učitelů TV neodebírá pravidelně časopis. Toto číslo je povážlivě vysoké. Zajímavostí bylo uvedení několika časopisů, jejichž název nám byl zcela neznámý např. Školní TV. Výjimkou ani nebyly názvy časopisů 20 let staré. Pozitivním zjištěním bylo, že pokud již učitel odebíral časopis, využíval z něho některá témata (87%).

Při zhodnocení nabídky obsahu médií učiteli jsme zjistili, že nejvíce postrádají témata informující o sportovních hrách, nových sportech, pravidlech. Přitom právě časopis TVSM v roce 2005 prezentoval téměř v každém čísle netradiční hru, která byla výbornou inspirací. Pospíšilová (2003) uvádí obecná témata, které postrádají učitelé TV v médiích. Nejvíce jsou to témata zabývající se výchovou a pravdivostí informací. Nevíme co si pod pojmem pravdivost informací představit.

Doškolovacích kurzů a akcí se účastní více než polovina pedagogů, což je pozitivní zjištění. Musíme upozornit, že jak v Moderním vyučování, tak v TVSM byla dostatečná nabídka dalších seminářů a kursů, které pomohou zkvalitnit znalosti učitelů TV.

Témata, která by nejvíce učitelům pomohla, jsou odrazem témat chybějících. Tím pádem jsou to témata z oblasti sportovních her. Několikrát se vyskytly v odpovědích také zkušenosti kolegů. Tyto nedostatky by mohl řešit právě časopis MV, který prezentuje zkušenosti, postřehy, náměty. A jaká témata postrádali učitelé TV v roce 2003 obecně? Nejvíce jim chyběly informace o odborné literatuře, dále problematika vztahů učitel, žák, rodina. Chyběly i informace o dalším vzdělávání učitelů.

Mezi nejčastěji uváděné prostředky k pomoci patřily internetové stránky, multimédia, digitální média. Tyto výsledky mohou být ovlivněny průměrně mladším věkem probandů. S ohledem na vývoj moderní komunikace se ptáme: Nebylo by vhodné založit internetové stránky určené učitelům tělesné výchovy? Založením diskusních témat by jistě docházelo k větší míře spolupráce mezi učiteli, ale i mezi jednotlivými školami. Nezbytnou podmínkou by bylo uvedení této stránky do širokého povědomí učitelů TV.

Poslední otázka přinesla zajímavé výsledky. Učitelé měli vypsat, jaký článek je v poslední době zaujal. Celkem třetina učitelů nebyla schopna napsat, co je v poslední době zaujalo. Není v tomto případě viditelná menší pohodlnost učitelů TV? Přečtou si učitelé celý časopis? Nebo čtou jen články, které je zajímají? To je jeden z faktorů, který při této formě dotazování nemůžeme ovlivnit.

Na našem trhu existuje dostatečná nabídka odborných médií vhodných pro učitele tělesné výchovy. Problémem zůstává komunikace mezi těmito médii. Moderní vyučování nabízí celou řadu témat, která se zabývají aktuální pedagogickou problematikou, ale ne problematikou tělesné výchovy. Zlepšením komunikace by se časopis dostal do povědomí učitelů tělesné výchovy a za jejich pomoci se věnoval i aktuálním problémům. Totéž platí i v případě TVSM. Jakými prostředky však aktivizovat učitele tělesné výchovy, je otázkou. Snad poskytnutím více prostoru k prezentaci proběhnutých akcí, sportovních výsledků.

Námi prezentované výsledky mohou být ovlivněny mnoha faktory. Především soubor a množství analyzovaných tiskovin je nedostatečný. Ke kvalitnímu průzkumu nabídky českého trhu a obsahu informací, které publikace přinášejí, bychom museli zvolit několikrát větší sledovaný soubor a delší časové období. V několika případech jsme zmiňovali možnost subjektivního názoru, především při hodnocení využití námětů v praxi. Dále také stanovení jednotlivých témat může být subjektivní. Záleží vždy na jednotlivci, který data analyzuje. Výsledky našeho výzkumu odpovídají možnostem diplomové práce a měly by sloužit jako orientační ukazatel. Je možné, že ač přes snahu zachytit veškeré zkoumané znaky, nám některé unikly. Práce může sloužit jako podklad pro další zkoumání této problematiky.

6. ZÁVĚR:

Analyzovali jsme velmi obsahově různorodá média. V nich jsme se snažili postihnout a zaznamenat všechny články související se školskou tematikou, respektive se školní tělesnou výchovou. Deník informoval nebo spíše inzeroval velké množství vzdělávacích institucí. Odborná média přinesla informace od obecné problematiky po náměty a projekty, které se dají využít v praxi. Předpoklad, že témata v odborných médiích budou více zaměřená na praxi se nám nepodařilo potvrdit. Otázkou je, jak posoudit téma vhodná do praxe a jak téma nevhodná. I teoretické studie nám mohou v praxi významně pomoci. Články, které nabízejí praktické využití v hodinách v médiích nepřevažovaly.

Dalšího vzdělávání se bude účastnit pravidelně méně než polovina oslovených. Z výsledků je patrné, že 57% oslovených se pravidelně účastní doškolovacích kurzů. I přes nepotvrzení tohoto předpokladu je pozitivní, že více než polovina učitelů dále rozvíjí nebo aspoň chce dále rozvíjet své vědomosti. Zjistili jsme, že ani nabídka kurzů a seminářů dalšího vzdělávání v analyzovaných médiích není podřadná.

Mezi formy dalšího vzdělávání patří i samostudium. To má několik forem. Jednou z nich je studium odborných publikací, periodik. Předpoklad, že více než polovina pedagogů bude odebírat pravidelně alespoň jedno médium se nám potvrdila. 54% učitelů odebírá pravidelně odborný časopis. Již jsme nastínili, že zůstává otázkou, zda ho učitelé jen odebírají, nebo se jím také inspiroují.

Naším cílem není dávat rady ani médiím ani učitelům. Pokusili jsme se zjistit úroveň mediálního obrazu školní tělesné výchovy. Úmyslem bylo zjistit, jak vnímají mediální obraz sami učitelé tělesné výchovy a jakých prostředků mohou využít k jeho zlepšení. Zároveň jsem nahlédli do obsahu médií, zda mají učitelům co nabídnout, přinést nové inspirace. Zjištění jsou taková, že zvýšená aktivita z obou stran pomůže zkvalitnit jak mediální obraz z pohledu učitelů tělesné výchovy, tak následně i z pohledu veřejnosti. Intenzivní prezentace úspěchů a vstřícnější přístup odborných médií povede i ke zvýšení příspěvků a výměně zkušeností mezi učiteli. To následně zkvalitní výchovně vzdělávací proces.

POUŽITÁ LITERATURA:

- BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno : BARRISTER&PRINCIPAL, 2001. 392s. ISBN 80-85947-67-6.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha : Portál, 2003. 207s. ISBN 80-7178-697-7.
- KOHNOVÁ, J. *Další vzdělávání učitelů a jejich profesní rozvoj*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2004. 181s. ISBN 80-7290-148-6.
- KOHNOVÁ, J. *Další vzdělávání učitelů základních a středních škol jako prostředek transformace českého školství*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 1995. 81s.
- KOHOUT, J. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. 1. vyd. Praha : Ringier, 1999. ISBN 80-7261-006-6.
- MC LUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno. Jota, 2000. 415s. ISBN 80-7217-128-3 .
- MC LUHAN, M. *Jak rozumět médiím*. 1. vyd. Praha : Odeon, 1991.
- MC QUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002. 447s. ISBN 80-7178-714-0.
- MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. 261s. ISBN 80-7220-157-3.
- NĚMEC, P. *Zásady komunikace s veřejností*. 1 vyd. Praha : Management Press, 1993.
- OLŠOVSKÁ, L., KAPOUN, P. *Média, komunikace, vzdělávání*. 1. vyd. Ostrava : Ostravská Univerzita, Pedagogická fakulta, 2003. ISBN 80-7042-307-2.
- PAŘÍZEK, V. *Učitel a jeho povolání*. Praha: SPN, 1988. 124s.
- POSPÍŠILOVÁ, E. *Média, škola, tělesná výchova*. DP Praha : UK FTVS, 2003. Signatura R2/9754.
- PRŮCHA, J. *Masová komunikace a propaganda*. 1. vyd. Praha : Svoboda, 1995.

RYBA, J. *Vybrané kapitoly z didaktiky tělesné výchovy*. Praha: Gaudeamus, 1996. ISBN 80-7041-025-6.

RYCHTECKÝ, A., FIALOVÁ, L. *Didaktika školní tělesné výchovy*. 1. vyd. Praha : UK FTVS, 1998.

SHELLMAN, B., a kol. *Média - základní pojmy – návrhy – tvorba*. 1. vyd. Brno : Europa-Sobotáles, 2004. 484s. ISBN 80-86706-06-0.

SCHULZ, W. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998. 134s. ISBN 80-7184-548-5.

SMOLÍKOVÁ, K. *Manuál k přípravě školního (třídního) vzdělávacího programu*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický, 2005.

SVOBODA, B. *Stručná pedagogika sportu*. Praha : Karolinum, 1996.

UMBERTO, E. *Jak napsat diplomovou práci*. Olomouc: Votobia, 1997.

Česká kinantropologie. 9. roč. Praha : Česká kinantropologická společnost UK FTVS, 2003. ISSN 1210-7689. č.1,2.

Tělesná výchova a sport mládeže. 71. roč. Praha : Ediční centrum UK FTVS, 2005. ISSN 1211-9261. č. 1-8.

Moderní vyučování: Časopis pro nové programy v českém základním školství. 11 roč. Kladno: AISIS, 2000. č. 1-10.

Mladá fronta Dnes. 16. roč. Praha: MaFra, 2005. leden č. 1-25, únor č. 26-49, květen č. 102-127, červen č. 128-153, září č. 205-229, říjen č. 230-254.

URL <<http://www.modernivyucovani.cz/>>

URL< <http://www.ftvs.cuni.cz/tvsm/>>

URL< <http://cs.wikipedia.org/>>

URL < <http://www.ikaros.cz/node/221>>

PŘÍLOHA 1:

Dotazník pro učitele TV

Mediální obraz školní Tělesné výchovy

1. Pohlaví:

- ☒ muž
- ☐ žena

2. Počet let praxe:

- ☒ 1 - 5
- ☐ 6 - 10
- ☐ 11 - 20
- ☐ 21 - 30
- ☐ 31 a více

3. Vyučujete na:

- ☒ ZŠ
- ☐ SŠ

4. Jak vnímáte informovanost společnosti o školní tělesné výchově?

- ☒ velmi dobrá
- ☐ dobrá
- ☐ dostačující
- ☐ nedostatečná

5. Myslíte si, že je na trhu dostatek médií, které jsou využívány k výuce školní TV, případně k dalšímu vzdělávání a získávání námětů?

- ☒ ano
- ☐ ne
- ☐ nevím

6. Odebíráte pravidelně odborný časopis?

- ☒ ano, jaké?
- ☐ ne

7. Využíváte náměty prezentované tištěnými médii v praxi?

- ☒ ano, pravidelně
- ☐ některé
- ☐ žádné

8. Jaká témata Vám naopak chybí v těchto médiích?

9. Účastníte se pravidelně sportovních akcí určených pro žáky ZŠ/SS?

- ☒ ano
- ☐ ne

10. Účastníte se pravidelně doškolovacích kurzů pro učitele?

- ☒ ano
- ☐ ne

11. Byly někdy sportovní úspěchy vašich žáků prezentovány v médiích(tisk, televize, internet)?

- ☒ celostátně
- ☐ regionálně
- ☐ školní www
- ☐ nebyly

12. Co byste uvítal(a) jako pomoc pro výuku TV?

Prostředek(medium):

Témata:

Spolupráci s:

13. Jaký článek/informace Vás v poslední době zaujal/a?

Odeslat

2